



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA
FACULTAD
DE TURISMO



Facultad de Turismo
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

GRADUADO EN TURISMO

TRABAJO FIN DE GRADO

Diversificación del producto turístico: Turismo P2P

Realizado por:

BELINDA BUSTAMANTE LISBONA

Fdo.: _____

Dirigido por:

Eva Isabel González Guerrero

Vº Bueno del tutor

Fdo.: _____

MÁLAGA Julio, 2015

TÍTULO: *Diversificación del producto turístico: Turismo P2P*

PALABRAS CLAVE: *turismo colaborativo, p2p, plataforma on-line, nueva tendencia, regularización, alojamiento turístico, intermediación.*

RESUMEN:

En este estudio se pretende analizar y poner en valor la importancia cualitativa y cuantitativa del fenómeno del turismo colaborativo que actualmente se está promoviendo, el cual ataca directamente al espíritu del sistema capitalista. Se trata de una nueva tendencia donde prima el acceso a los bienes por encima de la propiedad de los mismos.

En éste se exponen las distintas regulaciones que rigen sobre este nuevo modelo de negocio, nombrando las Comunidades Autónomas más importantes turísticamente que cuentan con normativas específicas sobre la materia.

Asimismo, se realiza un análisis cuantitativo de los datos procedentes de movimientos en fronteras y gasto turístico en el país para enmarcar la importancia económica de este nuevo modelo en el sector del turismo.

Por otro lado, se lleva a cabo una búsqueda exhaustiva en internet para encontrar las plataformas de turismo p2p que más actividad tienen en la actualidad.

Con todo ello esperamos conocer este fenómeno más a fondo y plasmar la importancia económica y social que ha adquirido en tiempos de crisis.

CONTENIDO

Capítulo 1	Introducción.....	1
1.1.	Antecedentes	1
1.2.	OBJETIVOS DE ESTE ESTUDIO	2
1.3.	Estructura a seguir	2
1.4.	Metodología empleada y principales fuentes de información.....	3
Capítulo 2	Concepto y claves del Turismo P2P.....	4
2.1.	Claves de éxito del turismo colaborativo	11
Capítulo 3	Importancia económica y social del turismo p2p	13
Capítulo 4	Regulación del sector.....	20
4.1.	CC.AA con regulaciones de alquiler de viviendas de uso turístico o vacacional.....	22
4.2.	Otras regulaciones internacionales	27
Capítulo 5	Perfil del turista p2p.....	31
Capítulo 6	Análisis empírico: Empresas enmarcadas en el Turismo P2P 33	
6.1.	Alojamiento.....	33
6.1.1.	Caso Room Mate Hotels	37
6.2.	Transporte	38
6.3.	Otras.....	41
Capítulo 7	Tendencias.....	45
Capítulo 8	Conclusiones.....	46
Capítulo 9	Bibliografía	48

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES

La actual situación de crisis económica que acontece desde 2008, ha motivado la caída de la renta disponible de las familias produciendo el descenso de puestos de empleo, y especialmente la precariedad de los contratos laborales. Es por esta razón que al planear nuestro viaje damos prioridad al presupuesto del que disponemos y, en función del mismo, elegimos destino, medio de transporte, duración del viaje y actividades a realizar en el mismo.

Este factor es muy importante para explicar la revolución del *Peer To Peer* o *Turismo P2P*, siglas en inglés que literalmente significan “*de igual a igual*” pero, en el tema que nos ocupa, define un nuevo concepto de turismo, una nueva forma de alojamiento y transporte promovida por personas que buscan formas más económicas de viajar; es **el turismo colaborativo**.

Otra gran fuerza que ha impulsado este tipo de turismo es el creciente desarrollo de las nuevas tecnologías, que empezó a utilizarse con gran vigor en los años de 2007-2008, coincidiendo también con el espléndido período económico que estábamos viviendo.

Es en estos años cuando el viajero empieza a tener una actitud activa a la hora de planificar sus vacaciones: contrata paquetes turísticos a través de operadoras online o se confecciona su propio paquete, compara precios, consulta opiniones y experiencias sobre destinos, alojamiento, consejos sobre actividades y visitas, etc.

El turismo P2P aparece justo cuando el viajero da el siguiente paso en la cadena de distribuidores y se pone en contacto directamente con un residente en el destino, el cual alquila su propia vivienda o habitación y ofrece además, información turística sobre el lugar.

Intercambios de casas, coche compartido o alquiler de habitaciones privadas son algunas de las nuevas formas de viajar que han surgido en estos últimos años y que se ha acentuado debido al actual declive económico que venimos sufriendo hace ya varios ejercicios.

Esta nueva forma de viajar está dando muchos quebraderos de cabeza a la industria turística, especialmente al sector hotelero, pero también se ve afectado el transporte a corta-media distancia (turismo interno específicamente).

Por ello, ya existen algunas cadenas hoteleras que están ofertando habitaciones por horas, o plataformas online que comunican a dueños de

alojamientos, viajeros y empresas de servicios complementarios (Caso Room Mate), en un intento de competir con el turismo P2P.

1.2. OBJETIVOS DE ESTE ESTUDIO

El objetivo de este estudio es analizar la importancia cualitativa y cuantitativa del fenómeno del turismo colaborativo que actualmente se está promoviendo, el cual ataca directamente al espíritu del sistema capitalista, y que hoy tiene su máxima representación en dos sectores tradicionales: el transporte y el alojamiento. La unión de los usuarios para hacer uso de este tipo de servicios compartiendo sus propios recursos, sin intermediarios, está mermando el negocio de la tradicional industria turística.

Figura 1. Nuevas tendencias en la sociedad actual



1.3. ESTRUCTURA A SEGUIR

Con el fin de conseguir dicho objetivo, este trabajo se ha estructurado en ocho capítulos bien definidos que tratan de poner de manifiesto la importancia del turismo p2p.

El primer capítulo es una introducción, una primera aproximación del tema que se va a estudiar. Está dividido en 4 subcapítulos constituidos por:

- Antecedentes, donde se plasma los orígenes de este tipo de turismo y cómo ha evolucionado hasta nuestros días.
- Objetivos que se quieren conseguir al realizar este trabajo.
- Estructura a seguir para conseguir dichos objetivos
- Metodología utilizada para llevar a cabo la consecución del objetivo principal.

En el segundo capítulo se explica más detalladamente el concepto y dimensión que abarca el turismo P2P, revelando las claves de su éxito y destacando una de las empresas que merece especial mención por su importancia, como es *Airbnb*.

El siguiente capítulo está dedicado a valorar la importancia social y económica en cifras. En éste se muestran algunas gráficas donde se puede apreciar el progresivo crecimiento del uso de este tipo de plataformas.

El marco legal, político y jurídico es el cuarto capítulo, donde se estudia en profundidad la irregularidad del turismo colaborativo y las recientes leyes que ya están poniendo en marcha las comunidades autónomas para regular esta actividad, así como se hace mención de algunos países que ya lo tienen regulado.

El perfil del turista se detalla en el siguiente capítulo, explicando motivación del viaje, género, edad, poder adquisitivo, etc.

El capítulo seis recoge el trabajo de campo realizado en la investigación. Tras una exhaustiva búsqueda, en él se recogen una gran variedad de plataformas online que tienen este modelo de negocio, diferenciando por alojamiento, transporte y otras actividades turísticas, haciéndose una especial mención al caso de *Room Mate*.

Los últimos capítulos exponen las posibles tendencias o evolución del turismo colaborativo y las conclusiones alcanzadas con este estudio.

Por último se recoge la bibliografía utilizada para la elaboración de este trabajo y algunos documentos anexos como reportajes y entrevistas.

1.4. METODOLOGÍA EMPLEADA Y PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN.

La metodología empleada para la investigación se basa en la búsqueda intensiva de información en Internet: redes sociales, webs de plataformas p2p, noticias recogidas en periódicos digitales y, en gran medida, noticias de Hosteltur de especial relevancia. Además se han utilizado algunas herramientas de organismos públicos estatales y autonómicos como son algunos datos recogidos de Egatur, Frontur y SAETA (Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía). Igualmente se han recogido algunas cifras de Exceltur.

CAPÍTULO 2 CONCEPTO Y CLAVES DEL TURISMO P2P

Pero, ¿qué es el turismo P2P y por qué ha crecido tan rápidamente? ¿Qué abarca este concepto y dónde podríamos situarlo?

Sin duda es un nuevo concepto de turismo basado en la comunicación entre viajeros. ¿A qué hace referencia este término? Esta expresión apareció por primera vez en un artículo publicado en la revista *Leisure Report* en abril de 2007 escrito por *Ray Algar*¹, donde exponía que el consumo colaborativo o **Peer to Peer** “es un sistema basado en compartir e intercambiar bienes y servicios utilizando la tecnología moderna, a través de plataformas digitales, en un manifiesto desafío a las empresas tradicionales”.

De esta definición se desprende que el consumidor/turista es el protagonista en este momento, y este hecho da lugar a un cambio de roles en la economía tradicional, donde las empresas pasan a ser meros agentes comerciales que intentan captar al mayor número de turistas posibles, adaptándose a las condiciones que dispongan los usuarios.

No obstante, si miramos años atrás comprobaremos que este esquema de negocio no es completamente innovador, sino que ha sido impulsado gracias al desarrollo de las tecnologías webs y principalmente, por la importancia que ha ganado internet en las últimas décadas. Hace 20 años, ya podíamos ver en los periódicos anuncios de pisos en alquiler para las épocas estivales, o incluso en las farolas se publicitaban los alquileres de inmuebles.

Existen cinco pilares que otorgan identidad al turismo P2P y sin los cuales no sería posible el desarrollo de este nuevo modelo de negocio:

1. Particulares: las transacciones deben realizarse exclusivamente entre particulares con bienes propios a los que dieron uso en el pasado y que actualmente no utilizan. Ésta es **la esencia del turismo colaborativo**. Es por eso que Airbnb suprimió de su plataforma a más de 2.000 usuarios en Nueva York cuando descubrió que eran empresas que se lucraban con ello.
2. Una plataforma online: es la base a través de la cual los particulares se pueden poner en contacto para hacer posible el intercambio del servicio.
3. Un sistema de calificación por comentarios, que forjará una reputación online a los usuarios permitiendo así crear “confianza” entre ellos. También se validan los usuarios mediante el registro en

¹Algar, R. (2007) Collaborative consumption. *Leisure Report*, April 16-17. [79]

la página web de nombre, dirección, teléfono, mail válido, e incluso validación del carné de conducir (en caso de que sea necesario)

4. Distribución eficiente de los recursos: lo que da lugar a la sostenibilidad tan buscada en el sector del turismo. Se promueve la reutilización de un mismo producto por varias personas, es decir, se intenta prescindir/alejar del consumo individualizado. Prima el acceso al bien o servicio no la propiedad del mismo.
5. Transparencia de condiciones: deben quedar claros los términos bajo los que se producirá el servicio tanto para el prestador como para el tomador del mismo.

Aún no hay definida una clasificación de las diferentes plataformas que existen con este modelo de negocio pero, tras un estudio de diferentes artículos en Internet, se puede deducir que existen dos submodelos de plataformas de turismo colaborativo:

- Por un lado están las plataformas de alojamiento colaborativo que son propiamente las que se encargan de hacer de intermediarias entre propietario y turista/viajero para llevar a cabo una transacción turística, eximiéndose de cualquier responsabilidad que derive de esa intermediación. Algunas de ellas son *Airbnb*, *Homelidays*, *9Flats*, *Wimdu*...
- Por otro lado encontramos las plataformas de arrendamiento vacacional: “un supuesto de aprovechamiento de uso turístico donde se incluirían las viviendas vacacionales que se anuncian por Internet para ser arrendadas por temporadas cortas”. *Homeaway* es una muestra de este tipo de negocio.[12]

La particularidad más resaltable del turismo P2P es que las transacciones se producen entre particulares que tienen bienes propios en desuso y particulares que desean un bien o servicio con las mismas características. Tanto los usuarios como los prestadores de servicio tienen completa transparencia a la hora de saber con quienes están tratando, ya que cada uno tiene un perfil y se pueden calificar mutuamente, con lo cual se va creando un entorno de confianza como ya se ha expuesto anteriormente. Este sistema de calificación por comentarios da lugar a un posicionamiento en la plataforma de manera que, ante una mala prestación del servicio, el usuario decidirá no tratar con ese “proveedor particular” después de leer los comentarios en la red.

Este tipo de plataformas a menudo son percibidas por los usuarios como productos/servicios sustitutivos entre sí, es decir, ofrecen el mismo valor a los usuarios. Pero la diferencia entre estos modelos de negocio radica en la forma de capturar valor o, dicho de otra forma, en la manera de generar ingresos de cada una. En el caso de *Airbnb* se conoce que captura valor cobrando una

comisión por cada transacción efectiva entre particulares. Por el contrario, otras plataformas como *Homelidays* solo cobran una cuota mensual a los propietarios, independientemente de que el servicio sea prestado o no. Es una especie de campaña de publicidad para el propietario.

Podemos encontrar cuatro formas diferentes de crear valor en estos modelos de negocio:

1. Plataforma de pago por parte del anfitrión, bien sea a través de una comisión por cada transacción efectiva o por el pago reiterado de una cuota mensual/anual.
2. Plataforma de pago por usuario: bien sea por comisión o por noches de alojamiento.
3. Plataforma de pago mixto: ambas partes desembolsan una comisión.
4. Plataforma sin ánimo de lucro, simplemente se lleva a cabo el intercambio de noches entre anfitriones y usuarios y viceversa.

La figura 2 muestra cómo ha cambiado la ideología de la sociedad y como hemos pasado del hiperconsumo y la propiedad hacia formas más humanas de consumo: la economía colaborativa.

Figura 2. Cambio de paradigma propiciado por la economía colaborativa



Fuente: Cañigüeral, Albert (2014) Vivir mejor con menos.

Al hilo de lo anterior podemos concretar que el auge de este tipo de turismo ha sido empujado por una serie de factores tanto del tipo económico como tecnológico o de tipo social y cultural:

A. Factores económicos

Como hemos señalado en varias ocasiones, la crisis económica que sufrimos a nivel mundial a principios de 2008 causó una caída masiva en el consumo a la vez que se dispararon la tasa de desempleo y, en algunos países, la de pobreza. En España, por ejemplo, los datos relativos a la actividad laboral arrojaban a finales de 2013 un total de 3,7 millones de empleos destruidos según una noticia publicada a finales de octubre de 2013 en el diario online El País. [13]

La pérdida de empleo o el impago de los salarios han hecho que la clase media haya mermado notoriamente en estos últimos años. Las familias con esta situación económica se han visto obligados a bajar el ritmo de consumo al que estaban acostumbrados, deshaciéndose de recursos y bienes de uso cotidiano para poder atender otras necesidades básicas. Especialmente en los bienes que no son de primera necesidad, es donde se ha producido el mayor descenso de consumo.

Es por eso que partidas como la venta de vehículos a motor, las vacaciones, el consumo en bares y restaurantes y las entradas para espectáculos han caído empicado.

No es de extrañar que en estas circunstancias la gente haya recurrido a modelos de consumo alternativos con el objetivo de ahorrar dinero o compartir gastos. El turismo colaborativo responde a estas necesidades de ahorro de costes por un lado, y por otro proporciona una ganancia a aquellos que ponen al servicio de los demás sus bienes que ya no usan.

Pero el ahorro de los usuarios finales no es el único factor económico que ha intervenido en la irrupción y en el crecimiento del consumo p2p.

El descubrimiento de este potencial negocio ha despertado la atención de poderosos magnates que ostentaban grandes sumas de dinero y buscaban algún negocio prometedor donde invertir. La financiación de este tipo de iniciativas ha sido su inversión estrella pues, lejos de actuar como agentes locales, las plataformas de turismo p2p han crecido hasta convertirse en verdaderos agentes del turismo en la mayor parte de los países desarrollados.

De hecho, Airbnb ha incrementado su oferta alojativa en Mallorca en un 550% en tan solo 12 meses como se puede leer en su propia página [70] y “cerró el año 2013 con unos ingresos de 182,7 millones de euros” según revela un artículo publicado en la web de Hosteltur el día 4 de septiembre de 2014[18].

B. Factores tecnológicos

A los factores económicos señalados, se suman los efectos a los que podemos denominar tecnológicos. El notable incremento del uso de las nuevas tecnologías en los últimos años como herramientas de búsqueda de información

y, concretamente, de las relacionadas con la telefonía móvil con la aparición de los Smartphones, ha sido clave en la rápida expansión del turismo p2p.

Sin duda alguna este es un fenómeno imparable, dinámico y eficaz que cada día tiene algo nuevo que enseñarnos. Hoy en día podemos acceder a cualquier información, en cualquier parte del mundo, simplemente teniendo un teléfono móvil y disponiendo de una conexión wifi o un contrato de servicio de datos.

No cabe duda que en nuestros tiempos, estos aparatos tan sofisticados sean más usados que el PC de mesa o el portátil. La razón es simple: es pequeño y manejable, y puedes llevarlo a cualquier lugar sin necesidad de utilizar bolsas para transporte como requieren los portátiles y, en un solo dispositivo se integran varios ítems: GPS, cámara fotográfica, teléfono, mail, calculadora, sistemas de mensajería instantánea, reproductor de música y radio, etc...y por si fuera poco puedes instalar aplicaciones para todo lo que se te ocurra.

La extensa adopción del teléfono móvil ha provocado un cambio de tendencia en el modelo de servicio web prestado. Es por ello que el 92% de compañías ya tienen adaptado su página web al móvil en pos de alcanzar todos los niveles de la sociedad.

Obviamente el mundo del turismo colaborativo se ha beneficiado de este auge para desarrollar apps de móvil con el objetivo de ser más eficientes y llegar a un mayor número de internautas.

Pero el mérito no es sólo de este dispositivo; gracias al desarrollo de internet es posible encontrar alojamiento sin tener que pasar horas y horas frente al pc. Las webs nos permiten buscar por criterios, clasificando y mostrando sólo los inmuebles con las características deseadas.

Es por este motivo que en este apartado no sólo se engloba el Smartphone, sino toda la entramada de internet que ha facilitado a los usuarios la organización de sus vacaciones.

C. Factores sociales y culturales

Junto a los factores económicos y tecnológicos hemos de señalar los del tipo social y cultural. Las transacciones colaborativas reflejan el progresivo cambio de mentalidad que se está dando desde hace casi una década. Factores como la confianza, la solidaridad y la generosidad son claves en el desarrollo de este tipo de transacciones.

Poner confianza en extraños es algo que venimos haciendo desde hace varios años. En esta línea trabaja Ebay, que no es más que una plataforma donde usuarios de todas partes del mundo, anuncian las cosas que quieren vender a extraños que necesitan esos artículos. Se puede decir que esta página es una de las bases donde se ha creado confianza entre comprador y vendedor:

- En el caso del comprador: tenía que confiar en que el vendedor le enviara el artículo en las condiciones pactadas.

- En el caso del vendedor: confiar en que el comprador le hiciera el pago.

Un factor que ayuda de forma muy importante a incrementar la confianza en las transacciones colaborativas on-line, es sin duda la existencia de plataforma de pago seguras. En este sentido, un sistema de pago muy aceptado actualmente es Paypal pues da la posibilidad de pedir explicaciones al vendedor en caso que los artículos no sean los esperados.

Aunque parece irrelevante, Facebook también ayuda a la hora de crear este clima de confianza pues, en todas las plataformas p2p se puede encontrar la opción de registrarse con un perfil Facebook, de tal forma que puedes conocer los rasgos característicos de tu anfitrión/invitado mucho antes de viajar.

Todas estas expresiones de colaboración implican un progresivo cambio de mentalidad que se está dando desde hace casi una década.

Los negocios capitalistas están desapareciendo en favor de relaciones comerciales más humanas. Los usuarios de las plataformas P2P son conscientes de que no están comprando un servicio a una gran compañía, si no que saben que la persona que está al otro lado de la transacción es alguien individual que no se dedica profesionalmente al negocio del turismo.

Precisamente son este tipo de relaciones las que atraen cada vez a más turistas que buscan una experiencia única y mantener un contacto directo con la esencia local, empezando por alojarse en casa de alguno de los residentes. Es una forma de turismo complementario el alojarse en una habitación privada de un residente mientras él sigue viviendo su vida cotidiana (Airbnb, Homelidays), o ir de un lugar a otro con un persona que todos los días hace el trayecto (Blablacar o amovens), acudir a personas locales para que te enseñen los rincones secretos de su ciudad o pueblo (Sherpandipity, Trip4Real)...

Son experiencias auténticas que no pueden brindar al cliente los agentes de turismo tradicionales. Conocer y comprender la cultura de tu anfitrión o inquilino, saber que la otra persona presta su inmueble o servicio por gusto y no para conseguir el máximo beneficio posible al día...son sensaciones reconfortantes. En definitiva, no sentirse como un "guiri" en un lugar desconocido.

Parece que estamos por tanto ante un cambio importante de mentalidad. La sociedad se ha dado cuenta poco a poco de que, cooperando y colaborando entre nosotros, podemos obtener unos beneficios mucho mayores que si trabajamos de forma individualizada.

Otro importante cambio social que está teniendo lugar en los últimos años es la creciente preocupación por la responsabilidad social de las actividades turísticas.

Ya no está de moda el que más tiene, sino el que mejor accede a los bienes o servicios que necesita. El imparable consumismo que hemos

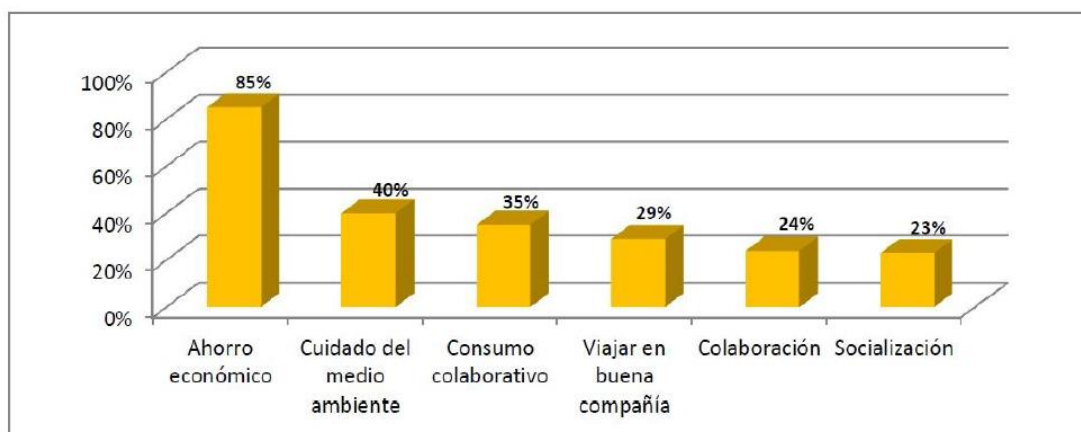
establecido durante los años de bonanza económica ha llegado a límites insostenibles para la madre tierra: comprábamos lo que se antojaba, igual que desechábamos por falta de espacio en casa o por desuso.

Gracias a la economía colaborativa y al turismo p2p, los bienes son usados de una manera más sostenible, sin contar con la reducción de CO₂ y gases contaminantes que se consigue al compartir coche entre varias personas que tienen un mismo destino.

Para la plataforma Amovens, la reducción de la contaminación representa el 15,9% de los motivos por los que la gente decide compartir coche, según datos mostrados en su propia página web. [73][74]

A continuación se muestra una gráfica en la que se revelan los resultados de una encuesta realizada a 600 usuarios de BlaBlaCar donde se les preguntaba por los principales motivos para utilizar el servicio: el resultado final situó al ahorro económico como la principal razón seguida del interés por el medio ambiente. [19]

Figura 3. Motivos de uso de BlaBlaCar



Fuente: Encuesta motivación BlaBlaCar. [19]

El mensaje de concienciación ambiental se va transmitiendo paulatinamente. De igual modo está cambiando el pensamiento acerca de los productos de segunda mano: antes eran artículos usados por las personas que tenían pocos recursos, ahora tener un bien compartido supone un paso más hacia la innovación y un hecho digno de reconocer.

2.1. CLAVES DE ÉXITO DEL TURISMO COLABORATIVO

Según Luis Tamayo, Sociólogo experto en economía y cultura colaborativa, cuatro factores determinan el correcto funcionamiento del nuevo modelo y son la clave del auge vivido por el consumo colaborativo [16]. Éstas mismas se pueden aplicar al Turismo P2P:

Optimización de recursos

El turismo P2P está teniendo una rápida aceptación por parte de los usuarios ya que ofrece unas soluciones que hace unos años no considerábamos y que hacen que los recursos que tenemos sean más eficientes. Este fenómeno se ha destacado aún más con el empuje de la crisis, ya que nos ha demostrado el insostenible nivel de producción y consumo que teníamos. El turismo colaborativo sienta sus bases en la “reutilización” de un recurso que ya no se está utilizando, es decir; lo que para algunos se convierte en una carga -como puede ser los gastos de mantenimiento de una segunda vivienda-, para otros es un recurso turístico muy valioso al estar situado en otra localización diferente a la de su lugar de residencia. Como bien dice el sociólogo “el consumo no es tener, es usar”.

Confianza en red

Internet día a día sigue transformando comportamientos y formas de vida y se encuentra en constante evolución. Una de las últimas revoluciones de nuestros tiempos se produjo con el desarrollo de las redes sociales, lo que trajo consigo la moda de compartir opiniones, ficheros, música y películas online.

Gracias a Internet y las nuevas tecnologías somos capaces de confiar en personas que no hemos visto jamás, algo que nos permite intercambiar recursos y bienes materiales o servicios. El auge de este modelo de negocio reside en que es diferente a cualquier otro ya conocido.

No hay contratos ni leyes, simplemente se confía en el particular que nos presta su casa o medio de transporte a un precio asequible, bajo unas normas de convivencia universal y no necesitamos nada más.

Ánimo de lucro

El autor pone de manifiesto que no solo existen grandes empresas capaces de prestar servicios, sino que también concurren empresas pequeñas cuyo principal objetivo no es generar la mayor cantidad de ingresos posible, sino satisfacer una necesidad ajena con sus conocimientos o bienes propios.

Regulación prohibitiva

“Es el principal tema de polémica” advierte Tamayo, y sin duda tiene razón. Cuando se trata de compartir o vender algo que es de propiedad particular es muy difícil delimitar los dominios públicos y privados, lo que hace realmente complejo regular este tema. “Una regulación excesiva atenta contra la libertad y la responsabilidad individual” pues cada particular puede disfrutar de su vivienda

como considere y si elige obtener unos ahorros poniendo alguno de sus bienes al servicio de otros, la regulación pública no debería limitar esta decisión.

Transformación económica

Al ritmo que está creciendo este nuevo modelo, tiene la capacidad de cambiar nuestra forma de vida cultural, social y económicamente en tan solo unas décadas. Si los modelos tradicionales quieren subirse al carro de la progresión tendrán que inventar nuevas formas de competir con el turismo colaborativo.

CAPÍTULO 3 IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SOCIAL DEL TURISMO P2P

Resulta difícil medir en cifras la repercusión económica y social que está teniendo esta tendencia pero, poco a poco, se van recogiendo datos y elaborando informes.

En 2014 ha nacido una asociación cuyo objetivo es analizar y divulgar la economía colaborativa y los modelos de negocio P2P. Está conformada por 38 plataformas dedicadas a esta actividad de las cuales 26 son de turismo colaborativo. Se denomina Sharing España² y está integrada en Adigital (Asociación Española de la Economía Digital).

Según una noticia aparecida el día 12 de enero de 2015 en la página web de Sharing España [65], un reciente estudio llevado a cabo por ADICAE Andalucía³ muestra la gran aceptación con la que cuenta este fenómeno p2p.

Este estudio se denomina “Análisis Estadístico De La Percepción De Los Consumidores Andaluces Sobre El Consumo Colaborativo”⁴ y en él se recogen algunas cifras resaltables como que el 56% de los usuarios apoyan una regulación no prohibitiva de la actividad.

Otro dato que destaca es que los usuarios perciben este nuevo modelo como una forma alternativa mucho más asequible que las que ya existían. De hecho, 3 de cada 4 encuestados que utilizan este tipo de turismo han corroborado que el ahorro es la principal causa motivadora de la elección del turismo colaborativo, seguido de las motivaciones sociales.

En cuanto a la definición y conocimiento del modelo “un 52% lo asocia a “compartir”, un 24% lo vincula a “solidaridad, cooperación y ayuda a otros” y un 19% a “grupos que se unen para conseguir ventajas”.

Si hablamos de las formas que conocen de consumo colaborativo prima el conocimiento de medios de transporte p2p con un 76%, seguido del turismo colaborativo. En esta línea, el 93% usaría esta opción de turismo, considerándola muy útil.

Los encuestados destacan como principal inconveniente la gran dependencia de las TICs y como ventaja primordial el acceso a bienes que de otra manera serían inaccesibles y la oportunidad de conocer gente de todas partes del mundo.

² <http://www.sharingespana.es>

³ <http://andalucia.adicae.net/>

⁴ ADICAE Andalucía (2014) *Análisis Estadístico De La Percepción De Los Consumidores Andaluces Sobre El Consumo Colaborativo* [80]

Como conclusión el análisis expone que aunque el turismo p2p ha tenido un rápido crecimiento, aún hay amplios sectores de la población que no saben situar la actividad de estas plataformas.

En cuanto a medios de transporte p2p se refiere, la web *CompartirTrenMesaAVE*⁵ ha constatado mediante un estudio que la plataforma de transporte más aceptada en precio y tiempo y, también preferida por los españoles, es *Amovens*. Este estudio engloba tres medios de transporte: coche, bus y tren.

Asimismo ha añadido también que es la forma más económica de viajar y la más amena. La información se puede leer en un artículo publicado el 27 de Octubre del pasado 2014 en el Diario online El Referente. [37]

En cuanto a alojamiento colaborativo, el X Foro Turístico Hosteltur celebrado en Mayo de 2014 pone especial atención en esta materia. En una de las mesas coloquio del foro, Aurelio Vázquez, presidente de la Federación de Hoteleros de Mallorca y director general de Iberostar, espetó de manera muy rotunda “los últimos diez años se han saldado con 10 millones más de turistas pero con el mismo nivel de ingresos. Éste no es el modelo que quiere ni necesita España” culpando plenamente al turismo p2p de semejante disminución en los ingresos hoteleros [1].

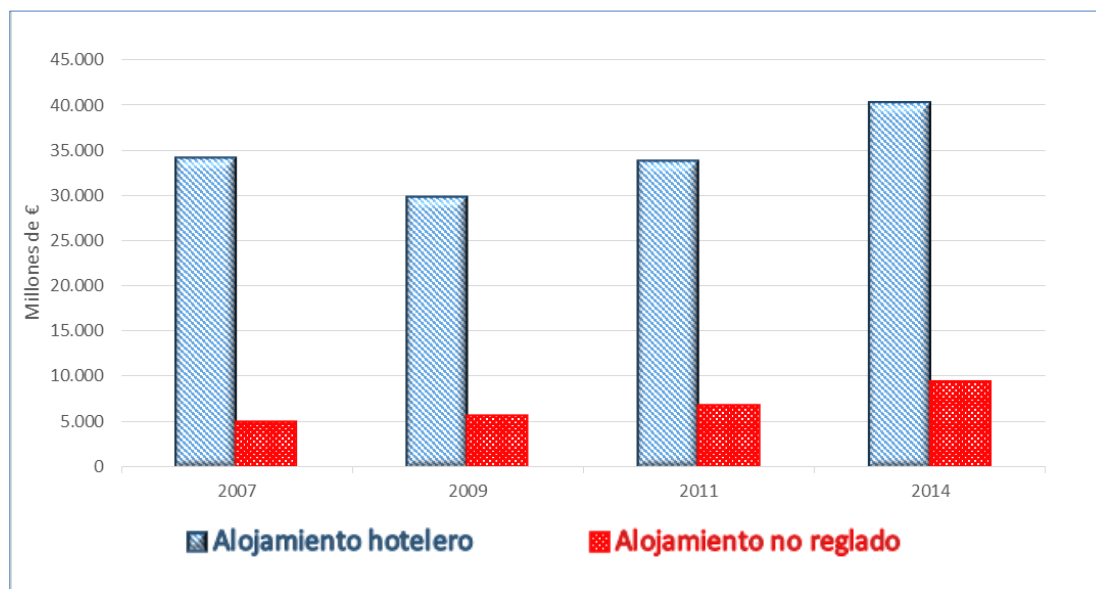
Para comprobar la veracidad de sus palabras, se ha procedido a recoger datos estadísticos de diferentes fuentes y se han elaborado varios gráficos en pos de revelar la evolución y situación actual de la vivienda de uso turístico o vacacional.

En el gráfico 1 se recoge la evolución del gasto en turismo P2P según datos publicados por Exceltur, incluido hasta el momento dentro del turismo no reglado de segunda vivienda.

En él se puede apreciar como el gasto turístico aumenta progresivamente a lo largo del período. El crecimiento de los ingresos por alojamiento no reglado es casi imperceptible, excepto en 2014 que ascienda a casi 10.000 m de € de gasto turístico.

Por su parte, el gasto derivado de alojamientos hoteleros muestra un claro declive en 2009 con un descenso de más de 4.000 M de euros, para luego continuar con una evolución positiva hasta alcanzar en 2014 los 40.000 millones.

⁵ Navarro, J. (2014) Comparativa de precios y tiempos de transporte terrestre en coche compartido, autobús y tren. *Compartir Tren Mesa AVE*. [82]

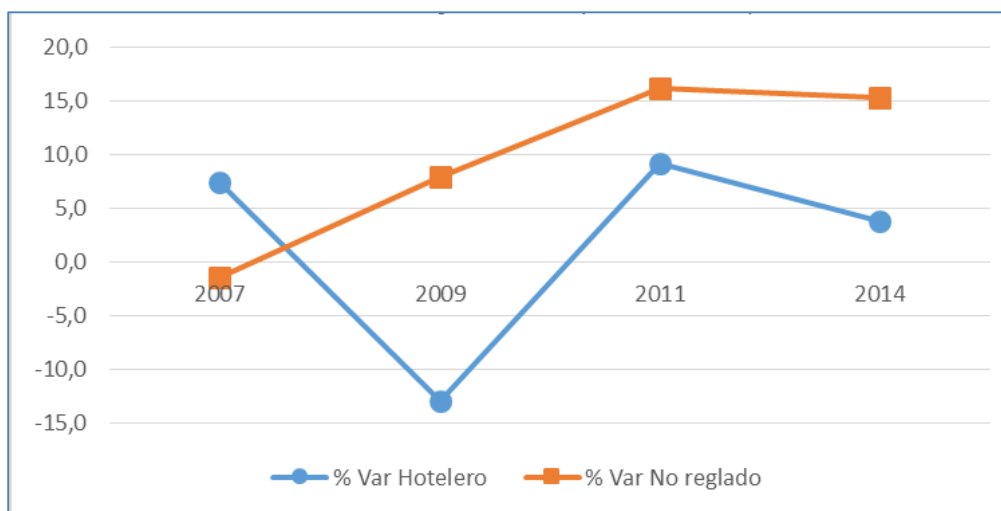
Gráfico 1. Evolución del gasto turístico según tipo de alojamiento en millones de € (2007-2014)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recogidos de ExcelTur.

Resalta poderosamente el contraste entre ingresos procedentes de alojamientos hoteleros e ingresos derivados de establecimientos no reglados habiendo 30.000 millones de diferencia entre ambos. Sin embargo, el turismo que más crece año tras año es el no reglado como se puede comprobar en el gráfico 2.

En él se puede observar la variación interanual de este gasto turístico por tipo de alojamiento y queda bien reflejado el imperioso crecimiento que ha tenido el alojamiento no reglado durante la secuencia estudiada.

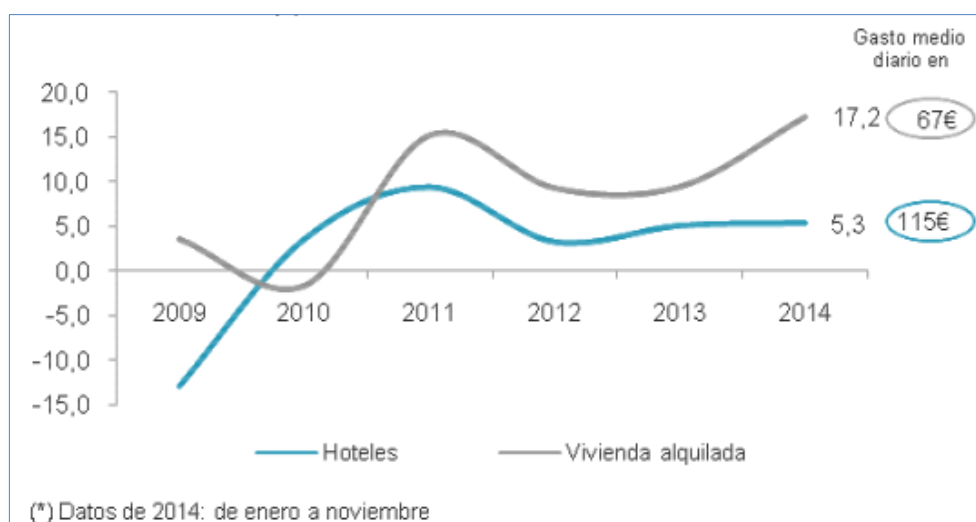
Especialmente en años de crisis, la serie se ha mantenido creciente con unas variaciones positivas de entre el 7,9 y el 16,1 a partir del año 2008. Mientras tanto, el gasto en alojamiento hotelero descendió bruscamente en 2009, en concreto -13 puntos, para luego recuperarse el año siguiente.

Gráfico 2. Tasa de variación interanual del gasto turístico según tipo de alojamiento (2007-2014)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recogidos de ExcelTur.

No obstante, ha de señalarse que, según Hosteltur [34], estas cifras solo contemplan 1/3 de los hospedajes realizados a través de plataformas P2P, con lo cual no son determinantes, pero si nos dan una idea del impacto que ha venido teniendo el turismo entre iguales durante estos años. Este progresivo aumento se traduce en una disminución de los beneficios en la industria hotelera, consecuencia de un cambio de pensamiento hacia el turismo P2P o colaborativo.

Así lo muestra también el gráfico 3: las plataformas de turismo P2P se ha convertido, entre otras, en una de las causas por las que se está reduciendo la rentabilidad del alojamiento reglado.

Gráfico 3. Variación de los turistas extranjeros por tipología de alojamiento y su gasto medio diario (sin transporte). Hoteles vs Viviendas de alquiler. (2008-2014)

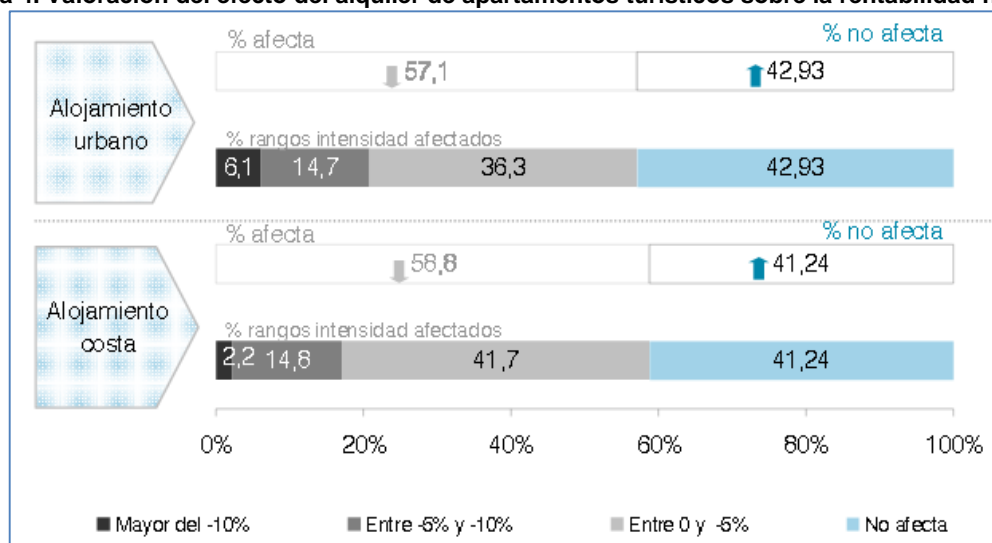
Fuente: Informe sobre Perspectivas turísticas N51, ExcelTur.

Como se puede comprobar el gasto medio diario de los turistas alojados en viviendas alquiladas es de 67 euros frente a los 114 euros de los turistas que utilizaron hoteles y/u otras tipologías de alojamientos reglados. Éste fenómeno tiene fácil explicación: los turistas p2p eligen esta forma de viajar esencialmente por ahorro, de modo que lo que gastan en el destino son productos no turísticos, comida principalmente ya que disponen de cocina, eliminando o disminuyendo apreciablemente el gasto en restauración.

También se observa el crecimiento que han tenido los turistas alojados en viviendas alquiladas desde 2010. Especialmente en el año 2011 percibe un incremento de más de 15 puntos de variación interanual, teniendo algunas fluctuaciones en los años posteriores. En total acumula una variación interanual del 17,2 en todo el período estudiado.

En cambio la línea correspondiente al alojamiento hotelero, experimenta una subida hasta 2010 para luego quedarse más o menos estable hasta el año 2014, aglomerando una variación interanual 3 veces más baja que la vivienda alquilada: 5,3 puntos.

Figura 4. Valoración del efecto del alquiler de apartamentos turísticos sobre la rentabilidad hotelera



Fuente: Informe sobre Perspectivas turísticas N51, ExcelTur.

En la figura 4 se recoge la valoración del efecto del alquiler de apartamentos turísticos sobre la rentabilidad hotelera, según el Informe sobre Perspectivas Turísticas 2015 publicado por Exceltur⁶.

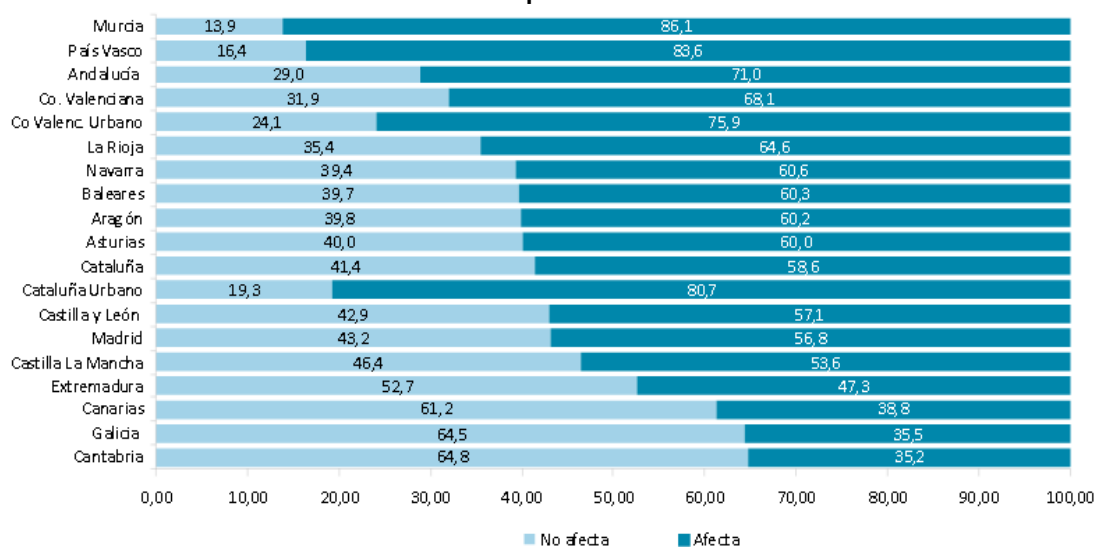
En ella se puede observar otro ejemplo de merma en la rentabilidad hotelera. No hay mucha distinción entre alojamiento urbano y alojamiento de

⁶ ExcelTur (Enero 2015) Informe de Perspectivas turísticas: Valoración empresarial del año 2014 y perspectivas para 2015. N° 51 [83]

costa, pero los porcentajes son relativamente altos en ambos: el 57,1% y el 58,8% respectivamente son las proporciones que afectan a la renta hotelera, favoreciendo a la vivienda vacacional.

Por Comunidades Autónomas, se aprecia claramente en la figura 5 que Murcia es la más perjudicada por esta actividad con un 86,1% de afectación. Le siguen de cerca el País Vasco con un 83,6%, el casco urbano de Cataluña (80,7%) y Valencia con un 75,9% y por último Andalucía con un 71%. Cantabria, Canarias y Galicia son las menos afectadas.

Figura 5. Valoración del efecto del alquiler de apartamentos turísticos sobre la rentabilidad hotelera por CC.AA.



Fuente: Informe sobre Perspectivas turísticas N51, ExcelTur.

En cuanto a llegadas de turistas internacionales, se calcula que el número de turistas extranjeros alojados en España en ese tipo de viviendas creció un 28,4% en el período 2009-2014 frente a un 4,5% que han crecido los alojamientos en hoteles.

Si miramos con detenimiento la tabla 1 podemos observar el rápido crecimiento que ha asumido la partida “vivienda de alquiler”: casi 13 millones de personas se alojan actualmente en viviendas de este tipo, según datos de Frontur. [32]

También debemos prestar atención a “vivienda gratuita (propia o familiares)” pues esta partida recoge igualmente turistas alojados en viviendas comercializadas mediante plataformas p2p. Entre las dos partidas ya formaban en 2014 el 30,7% del total de turistas internacionales alojados en España.

De hecho en varias noticias se ha podido leer el descontento general de la comunidad hotelera entre los cuales Joan Molas, presidente de la CEHAT, hizo unas declaraciones en el X Foro Turístico Hosteltur poniendo en duda que

“realmente tantos millones de viajeros tengan tantos amigos en nuestro país”. Este testimonio puede leerse en un artículo publicado en Hosteltur el 23 de julio de 2014. [26]

Tabla 1. Entrada de turistas internacionales según tipo de alojamiento (2009-2014).

	2009		2014	
	Total	Tasa de Variación Interanual	Total	Tasa de Variación Interanual
Hoteles y similares	31.878.578	-12,7	41.074.433	5,1
Vivienda gratuita (Propia, Familiares)	12.166.204	-2,7	12.526.254	6,8
Vivienda Alquilada	4.676.695	2,5	7.403.152	17,1
Otros Alojamientos	3.012.409	-2,1	3.991.436	12,3
Sin especificar	443.756	-14,5		
Total	52.177.640	-8,8	64.995.275	7,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Frontur.

CAPÍTULO 4 REGULACIÓN DEL SECTOR

La regulación de las actividades enmarcadas dentro de lo que venimos denominando turismo colaborativo es aún escasa. No obstante, tanto la industria turística tradicional como la naciente de turismo colaborativo consideran necesaria su regulación, si bien es cierto que justificándola bajo distintas perspectivas. El reciente auge de las plataformas de turismo colaborativo unido al descontento de los agentes que participan en la industria turística tradicional, ha hecho necesario que las administraciones competentes, intenten enmarcar este modelo de negocio y definir su naturaleza.

Este capítulo trata de recoger y clarificar la regulación vigente tanto para el transporte como el alojamiento colaborativo.

Un hecho significativo en esta materia es la inclinación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de no impedir el funcionamiento de estos negocios digitales [55]. Esta ideología se debe a que el organismo percibe a las plataformas p2p como dinamizadores de la oferta turística que favorece a los usuarios y consumidores. Para mostrar la relevancia que ostentan dichas webs, han llevado a cabo una consulta pública con el objetivo de conocer la opinión de los expertos en la materia. Los resultados se publicarán próximamente.

En relación al transporte, en España la *Ley 16/1987, de 30 de julio de Ordenación de los Transportes Terrestres* publicada en el BOE el 31 de julio de 1987, regula esta actividad profesional. En ella se determina que tanto las personas como las empresas que realizan “transportes de viajeros por cuenta ajena en vehículos de turismo mediante retribución económica” tienen la obligación de pedir autorización expresa a la Administración correspondiente.

Aun así, el servicio ofertado por la plataforma BlaBlaCar no está considerado como actividad ilegal. Plasmado queda en una noticia del Confidencial y publicada el día 12 de junio de 2014 donde se puede leer que “fue el propio ministerio el encargado de aclarar que el servicio que un conductor presta a través de BlaBlaCar no se enmarca dentro del supuesto de retribución económica, sino dentro de los gastos de desplazamiento para su titular que recoge la ley”. [56]

La Comisión Europea, por su parte, se ha mostrado favorable a que los servicios de transporte de este tipo sean permitidos y así lo reconoce en un Dictamen⁷ publicado el 11 de junio de 2014 en el DOUE. [81]

⁷ Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre “Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI”

En la normativa hace especial hincapié en la necesaria difusión y concienciación de la población acerca de las iniciativas “Peer to Peer” y de sus ventajas individuales y para el medioambiente, instando a que participen activamente. Añade también que urge regular aspectos tales como el aseguramiento a terceros, los derechos de uso, estándares de calidad y la responsabilidad legal.

Por último expone que se intentará en la medida de lo posible eliminar las restricciones y/u obstáculos a este nuevo modelo, incluyendo la posible distorsión de algunas legislaciones.

En cuanto al alojamiento colaborativo, las autoridades competentes están trabajando en la regulación del sector dadas las presiones de los empresarios turísticos tradicionales, quienes consideran que las nuevas formas de negocio vinculadas al alojamiento colaborativo son meros intermediarios turísticos que actúan sin las obligaciones y responsabilidades de los mismos, considerándolos competencia desleal.

Frente a la postura de la industria turística tradicional, los representantes del alojamiento colaborativo coinciden en la necesidad de regulación del sistema, pero defendiendo una regulación acorde con su actividad, diferenciando entre modelos de negocio distintos, según palabras del responsable de comunicación de *HomeAway* quien afirmó en su cuenta de Twitter oficial que “Compartimos un mercado, pero deben respetarse las características diferenciadoras de cada actividad”

En España, hasta junio de 2013 la ley que regulaba el mercado de viviendas vacacionales de alquiler en general era la **Ley de 29/1994, de 24 de noviembre de Arrendamientos Urbanos (LAU)** publicada en el BOE el 25 de Noviembre de 1994 la cual no contemplaba en España este tipo de negocios.

A partir de entonces, según se expone en su propio preámbulo, con el objetivo fundamental de “flexibilizar el mercado del alquiler para lograr la necesaria dinamización del mismo”, favoreciendo la libertad de pactos entre particulares y dando prioridad a la voluntad de las partes, es la **Ley 4/2013 de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas**, publicada en el BOE del 5 de Junio de 2013, la que regula las actividades de alojamiento turístico.

En dicha ley se hace patente la delegación de competencias a un nivel autonómico como podemos leer en el último párrafo del preámbulo II: *“en los últimos años se viene produciendo un aumento cada vez más significativo del uso del alojamiento privado para el turismo, que podría estar dando cobertura a situaciones de intrusismo y competencia desleal [...] de ahí que la reforma de la Ley propuesta los excluya específicamente para que queden regulados por la normativa sectorial específica o, en su defecto, se les aplique el régimen de los arrendamientos de temporada, que no sufre modificación”*.

Es decir, este tipo de alojamiento contemplado en la ley como alquiler de viviendas vacacionales, será regido por las leyes de turismo autonómicas pudiendo éstas exigir las condiciones que consideren oportunas, como la solicitud de licencia de primera ocupación a los propietarios o que la vivienda cuente con acceso para discapacitados, etc.

En líneas generales podemos resaltar que en casi todas las normativas es común la prohibición de ceder una vivienda para uso turístico por habitaciones. En muchas comunidades autónomas, como Baleares (donde se proponen multas de elevada cuantía), están a favor de restringir este nuevo modelo de negocio basado en el alquiler entre particulares, indicando que no cuentan con los requisitos necesarios.

Esta decisión política no es más que otro elemento que dificulta la legislación armonizada de este tipo de intermediarios, ya que aprueba la existencia de una ley por cada CC.AA española. En caso de que una CC.AA no tenga una regulación específica y no se haga mención de la misma en su ley de Turismo, se aplicará la Ley de Arrendamientos Urbanos.

4.1. CC.AA CON REGULACIONES DE ALQUILER DE VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO O VACACIONAL

En este epígrafe se muestran las Comunidades Autónomas de España que, de alguna manera, poseen una regulación para viviendas de uso turístico o vacacional tanto si es una normativa específica como si no. Se procederán a nombrar aquellas comunidades con un reconocido interés turístico y que recojan dicha regulación.

En primer lugar, Asturias cuenta con una regulación en esta materia desde 2003 plasmada en el *Decreto 34/2003, de 30 de abril, de viviendas vacacionales* y publicado en el BOPA el 13 de mayo de 2003. Esta comunidad autónoma fue una de las primeras en regular el alquiler de este tipo de viviendas.

En dicho decreto se expone una denominación de “viviendas vacacionales” con unas condiciones determinadas para su cesión con carácter alojativo y de la cuál quedan excluidas “las cesiones de inmuebles con fines turísticos o vacacionales que no sean considerados viviendas vacacionales”. Es decir, la normativa asturiana prohíbe la cesión de viviendas para uso turístico o vacacional estando ésta sujeta al régimen sancionador establecido en dicha comunidad. En caso de que un propietario quiera ceder su alojamiento con fines turísticos, esta actividad está sujeta a una autorización que otorga el Principado.

En las Islas Baleares no se dispone de una regulación específica en materia de vivienda de uso turístico o vacacional, quedando ésta regulada por la *Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Illes Balears* publicada en el BOE del 8 de Agosto de 2012 y el *Decreto 20/2015, de 17 de abril, de principios generales y directrices de coordinación en materia turística; de regulación de*

órganos asesores, de coordinación y de cooperación del Gobierno de las Illes Balears, y de regulación y clasificación de las empresas y de los establecimientos turísticos, publicado en el BOIB el 18 de Abril de 2015 y dictado en desarrollo de la Ley de Turismo.

Según esta Ley de Turismo, la comercialización de viviendas como estancias turísticas queda prohibida cuando éstas se hallen sometidas al régimen de propiedad horizontal, es decir, cuando formen parte de una comunidad. Asimismo se requieren unos requisitos mínimos o servicios turísticos en las viviendas que sí se pueden ceder para uso turístico, que son descritos en el artículo 51 de dicha ley:

- Limpieza periódica de la vivienda
- Ropa de cama, lencería, menaje de casa en general y reposición de estos.
- Mantenimiento de las instalaciones.
- Servicio de atención al público en horario comercial

También se hace necesaria la presentación de una Declaración Responsable de inicio de actividad turística, sin la cual el propietario está expuesto a una elevada sanción.

En cuanto a Canarias se refiere, una normativa muy novel regula en este momento las viviendas de uso turístico. Se trata del *Decreto 113/2015, de 22 de mayo, de reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias* publicado en el BOC el 28 de Mayo de 2015 y el cual regula específicamente este tipo de actividad.

De este texto se desprende el consentimiento expreso del alquiler de viviendas de uso turístico o vacacional. El problema es que, son tantas las prohibiciones y salvedades que pone esta normativa a la cesión de la vivienda que casi se hace imposible llevar a cabo la transacción sin incurrir en una falta. En dicho manual además, se contempla una amplia lista de requisitos básicos sin los cuales una vivienda no puede ser usada con fines turísticos

En Cataluña existe desde hace tres años el *Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico* publicado en el DOGC el 05 de Diciembre de 2012.

Este Decreto regula los establecimientos de alojamiento turístico y las viviendas de uso turístico. Estas dos materias se recogen en dos títulos distintos dadas las diferencias entre ellas, tanto por su naturaleza y régimen jurídico como por el sistema de habilitación e inscripción. Para la región condal una vivienda de uso turístico "*Es aquella vivienda cuyo propietario la cede a terceros a cambio de un precio, por un período máximo de 31 días, dos o más veces al año*".

A continuación se muestra una declaración de Marián Muro, directora general de Turismo de la Generalitat de Cataluña, durante el Foro Hosteltur 2014, dando algunos motivos de la razón por la que se estableció la normativa

vigente: “La regulación para viviendas de uso turístico que hemos establecido es considerada simple por algunos, pero con cientos de miles de plazas irregulares teníamos que hacerlo así, para animar a la regularización. La Administración no puede poner puertas al campo, son realidades que existen”.

La Comunidad Valenciana por su parte, goza de una regulación desde el año 2009 contando con los decretos *91/2009, de 3 de julio, del Consell, por el que se aprueba el reglamento regulador de los bloques y conjuntos de viviendas turísticas de la Comunitat Valenciana* publicado en el DOCV el 7 de Julio de 2009 y el *92/2009, de 3 de julio, del Consell, por el que aprueba el reglamento regulador de las viviendas turísticas denominadas [...]* publicado también el mismo día.

Esta normativa expone la obligatoriedad del registro de los alojamientos de uso turístico en el Registro de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas. También es obligatorio declarar los ingresos procedentes del alquiler vacacional.

En la Comunidad Foral de Navarra el turismo colaborativo se considera competencia desleal y como tal, queda reflejado en su regulación a través de dos decretos: el *Decreto Foral 230/2011, de 26 de octubre por el que se aprueba el reglamento de ordenación de los apartamentos turísticos en la Comunidad Foral de Navarra* publicado en el BON el 14 de Noviembre de 2011 y, más específicamente en el *Decreto Foral 80/2014, de 25 de septiembre, del Consejero de Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales por la que se establece la obligación de hacer constar el código de inscripción en el Registro de Turismo de Navarra en las acciones de promoción, publicidad y comercialización que realicen las empresas, establecimientos y actividades turísticas en medios online* publicado en el mismo Boletín oficial de Navarra el día 3 de Octubre de 2014.

En este último se hace mención al acentuado intrusismo de nuevas formas de negocio en el sector turístico, agravado éste al no garantizar las medidas mínimas de calidad al consumidor o usuario. Es por ello que se veta este tipo de actividades haciendo obligatorio poner el código derivado de la inscripción en el Registro de Turismo, en caso de que se vaya a publicitar la vivienda para uso turístico. Del mismo modo, se creó en mayo de 2013 una Comisión Normativa para inspeccionar los alojamientos ofertados online que no tengan la correspondiente licencia en pos de combatir la competencia desleal y apoyar a los establecimientos que si cumplen las condiciones mínimas legales.

Madrid ostenta el *Decreto 79/2014, de 10 de julio, por el que se regulan los apartamentos turísticos y las viviendas de uso turístico de la Comunidad de Madrid* el cual fue publicado en el BOCM el 31 de julio de 2014. Lo más relevante de este decreto es que se hace necesario presentar una declaración de responsabilidad dando fé de que las viviendas cedidas estén enmarcadas dentro de las exigencias que propone la normativa en su artículo 2. Asimismo establece

que el número mínimo de noches para hospedarse son 5, dejando a las plataformas de alojamiento fuera de esta normativa.

Una de las regulaciones más recientes es la de Aragón con su *Decreto 80/2015, de 5 de mayo, de viviendas vacacionales* publicado en el BOA el pasado 14 de mayo de 2015. La medida más resaltable es que los alojamientos de uso turístico deberán identificarse con una placa situada en el exterior de la vivienda que contenga las siglas “VUT” y el número correspondiente a su inscripción en el Registro de Turismo Aragonés.

Andalucía carece actualmente de una regulación específica, pero consta que ya se está trabajando en ella y probablemente salga a la luz este año.

Actualmente cuenta con el *Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos* publicado en el BOJA el 11 de mayo de 2010. Dicho decreto tiene como objeto establecer el denominado “principio de unidad de explotación” con el que se pretende “*imponer la presencia de un único sujeto profesionalizado [...] responsabilizándose de todas las posibles incidencias que eventualmente pudieran surgir*”.

Tabla 2. Regulaciones autonómicas en España en materia de viviendas para uso turístico o vacacional.

CC.AA	Ley	Boletín Oficial en el que se publica	Principales rasgos
Asturias	Decreto 34/2003, de 30 de abril, de viviendas vacacionales	Boletín Oficial del Principado de Asturias el 13 de Mayo de 2003	Prohíbe la cesión de viviendas de uso turístico. Sujeto a previa autorización del Principado
Canarias	Decreto 113/2015, de 22 de mayo, de reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias	Boletín Oficial de Canarias el 28 de Mayo de 2015	Consentimiento para cesión pero sujeta a muchos requisitos
Cataluña	Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico	Diario Oficial de la Generalitat Catalana el 5 de Diciembre de 2012	Materias reguladas en títulos distintos. Solo permite cesión por máximo de 31 días, no más de dos veces al año.
Comunidad Valenciana	Decreto 91/2009, de 3 de julio, del Consell, por el que se aprueba el reglamento regulador de los bloques y conjuntos de viviendas turísticas de la Comunitat Valenciana.	Diario Oficial de la Comunitat Valenciana el 7 de Julio de 2009	Obligatoriedad de registro de las viviendas en el Registro de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas y necesaria declaración de ingresos en concepto de la cesión de la misma.

	Decreto 92/2009, de 3 de julio, del Consell, por el que aprueba el reglamento regulador de las viviendas turísticas		
Comunidad Foral de Navarra	Decreto Foral 230/2011, de 26 de octubre por el que se aprueba el reglamento de ordenación de los apartamentos turísticos en la Comunidad Foral de Navarra.	Boletín Oficial de Navarra el 14 de Noviembre de 2011	Creación de una Comisión Normativa para inspeccionar los alojamientos ofertados online que no tengan la correspondiente licencia
	Decreto Foral 80/2014, de 25 de septiembre, del Consejero de Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales por la que se establece la obligación de hacer constar el código de inscripción en el Registro de Turismo de Navarra en las acciones de promoción, publicidad y comercialización que realicen las empresas, establecimientos y actividades turísticas en medios online	Boletín Oficial de Navarra el 3 de Octubre de 2014	Obligatoriedad de poner el código derivado de la inscripción en el Registro de Turismo, en caso de que se vaya a publicitar la vivienda para uso turístico.
Madrid	Decreto 79/2014, de 10 de julio, por el que se regulan los apartamentos turísticos y las viviendas de uso turístico de la Comunidad de Madrid	Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid el 31 de julio de 2014	Número mínimo de noches de alojamiento: 5. Necesario presentar una declaración de responsabilidad dando fé de que las viviendas cumplen los requisitos de la normativa
Aragón	Decreto 80/2015, de 5 de mayo, de viviendas vacacionales	Boletín Oficial de Aragón el 14 de Mayo de 2015	Las viviendas deberán identificarse con una placa que contenga las siglas "VUT" y el número correspondiente a su inscripción en el Registro de Turismo
No disponen de una regulación específica pero son CCAA activamente turísticas			
Islas Baleares	Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Illes Balears	Boletín Oficial del Estado el 8 de Agosto de 2012	Requisitos mínimos para la cesión de viviendas para uso turístico y necesaria presentación de una Declaración Responsable de inicio de actividad turística

	Decreto 20/2015, de 17 de abril, de principios generales y directrices de coordinación en materia turística; de regulación de órganos asesores, de coordinación y de cooperación del Gobierno de las Illes Balears, y de regulación y clasificación de las empresas y de los establecimientos turísticos	Boletín Oficial de las Illes Balears el 18 de Abril de 2015	Viene a complementar a la Ley de Turismo
Andalucía	Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos	Boletín Oficial de la Junta de Andalucía el 11 de Mayo de 2010	Establecer el denominado "principio de unidad de explotación" con el que se pretende imponer la presencia de un único sujeto profesionalizado que se responsabilice de las transacciones comerciales

Fuente: Elaboración propia.

4.2. OTRAS REGULACIONES INTERNACIONALES

La tendencia general es la de intentar evitar que estas plataformas que han revolucionado el mundo del turismo, no copen la mayor cuota del mercado, es decir, que intentan expulsarlas del mercado. Es por esa razón que en la mayoría de estados prima la regulación prohibitiva. Hay algunas excepciones, como ya comentaremos a continuación, que no ven a las plataformas P2P como intrusas si no que aprovechan su auge para sacar provecho y fortalecer su compañía.

Como se puede leer en artículo recogido del diario digital Ahora Economía el día 12 de Enero, en otros lugares del mundo ya han tomado medidas para obstaculizar el desarrollo de esta tendencia colaborativa: "Es el caso de Hamburgo y Berlín". [57]

Estas dos ciudades trabajaban al mismo tiempo para crear una normativa que controlara el transporte colaborativo. Hamburgo ya ha revocado esta medida al no tener mucho apoyo de los ciudadanos de manera que desde julio del 2013 se puede alquilar una habitación o toda la casa. [58]

Berlín sin embargo, publicó una medida similar contra plataformas de transporte p2p el pasado verano que aún no es definitiva, pero que ha traído consigo sanciones económicas de muy elevada cantidad para los propietarios de vehículos que ofertaban plazas libres. [57]

El gobierno Británico por su parte, lo tiene claro. El pasado febrero de 2015 aprobó una ley que daba luz verde al turismo P2P dentro del territorio

inglés. Por eso, ya es habitual en el país, poder alquilar una vivienda para uso turístico sin tener que pedir autorización a entes públicos o inscribirse en algún registro de actividad. Del mismo modo se pueden compartir los asientos de coche que vayan libres con personas desconocidas a cambio de unas libras.

En unas declaraciones del ministro de Vivienda británico publicada en Hosteltur el 27 de Marzo, Brandon Lewis asegura que la medida ha sido aprobada en pos de favorecer la nueva “era digital” en la que vivimos. No tiene sentido poner barreras a un movimiento que promueven los ciudadanos, lo que buscan es satisfacer sus nuevos deseos de una forma ordenada y legal. [58]

En California la tendencia es similar que en Gran Bretaña. La normativa aprobada en enero de este año permite a los propietarios practicar el turismo colaborativo, con una sustancial diferencia: las plataformas p2p cobran los impuestos turísticos para luego remitirlos al Estado. [58]

Una situación similar es la que se promueve en Washington y Chicago. Sus regulaciones contemplan el desarrollo del negocio siempre y cuando cobren a los turistas o usuarios los correspondientes impuestos turísticos. [14]

San Francisco, la cual es la ciudad sede de Airbnb, también cobra las tasas turísticas y añade algunos requisitos como la cobertura de un seguro de responsabilidad civil, entre otros. Otra medida destacable es que a partir de febrero de 2015, sólo los residentes permanentes pueden alquilar habitaciones, pisos o casas por un máximo de 90 días al año. [75]

Ámsterdam también se unió a esta iniciativa, al firmar un convenio con la plataforma Airbnb en el que la compañía se compromete a recaudar la nombrada tasa turística. De esta manera, la ciudad se ha convertido en el primer territorio europeo en llegar a un acuerdo de esta índole [10]. Algunas de las medidas planteadas han sido:

- Alquilar la vivienda un máximo dos meses.
- 4 ocupantes máximo por vivienda.
- Evitar cualquier molestia durante la estancia de los huéspedes.
- Una nueva categoría de alojamiento denominada "Alquiler privado"

Francia hizo lo propio unos meses más tarde, pero también añadió algunas condiciones como dar información sobre el número de personas que pernoctara en el alojamiento, número de noches o tasa cobrada a cada turista. Otro requisito indispensable es que la vivienda del propietario sea su primera residencia. En el caso de segundas residencias, solo se permiten estancias cortas y no es necesario dar cuentas de ellas. [76]

No es el caso de Sidney, donde los ayuntamientos locales amenazaban con poner elevadas sanciones económicas a los propietarios que alquilaran su vivienda o parte de ella sin ser dados de alta como “Bed&Breakfast”, para lo cual

necesitan una serie de inapropiados requisitos como son la instalación de una cocina comercial o la elaboración de un menú de desayuno. De hecho, las administraciones enviaron más de 1.000 comunicaciones advirtiendo a los propietarios y dándoles 10 días de plazo para que cesara la actividad o, en su defecto, la registrarán. [77]

En Milán, tras una consulta pública efectuada el pasado febrero en la que la mayoría ha manifestado que está a favor del turismo p2p, el gobierno se ha puesto manos a la obra para elaborar una normativa que sea compatible con este tipo de webs. [11]

Tabla 3. Regulaciones internacionales en materia de viviendas para uso turístico o vacacional.

País/Ciudad	Permiso/Prohibición del Turismo P2P	Fecha
Hamburgo	Permitido	Julio 2013
Berlín	Prohibido: sanciones económicas	Agosto 2014
Reino Unido	Permitido	Febrero 2015
Ámsterdam	Permitido: cobra tasa turística	Febrero 2016
Francia	Permitido: cobra tasa turística y requiere requisitos adicionales	Abril 2015
Milán	Normativa en construcción	Febrero 2015
Whashington	Permitido: cobra tasa turística	Febrero 2016
Chicago	Permitido: cobra tasa turística	Febrero 2017
San Francisco	Permitido: cobra tasa turística y requiere requisitos adicionales	Octubre 2014
California	Permitido: cobra tasa turística	Enero 2015
Sidney	Prohibido: sanciones económicas. Necesaria el alta para alojamientos como "Bed&Breakfast"	Agosto 2014

Fuente: Elaboración propia.

En definitiva, a la vista de lo expuesto, cada vez hay una mayor concienciación de la necesidad de regulación del alojamiento colaborativo, siendo objeto de una creciente regulación tanto a nivel nacional como internacional. No obstante, en ocasiones, las regulaciones tienen un marcado carácter prohibitivo, no facilitando, sino más bien dificultando la actividad.

Una de las razones por la que se quiere regular este nuevo modelo es para intentar sacar a la luz la economía sumergida, ya que las viviendas arrendadas no tributan por ello. Son muchos los agentes que opinan que la

finalidad última que persiguen las autoridades competentes es aprovechar el auge de esta tendencia y sacar provecho económico de ella aplicando algún tipo de impuesto.

Si España quiere ser competitiva respecto a otros destinos, los gobiernos autonómicos deben regular esta materia de manera inteligente, adaptándose a la nueva demanda, de tal forma que no destruya la “esencia” del P2P, de la economía colaborativa entre iguales.

CAPÍTULO 5 PERFIL DEL TURISTA P2P

Los turistas que suelen viajar utilizando estas plataformas son principalmente jóvenes con deseos de conocer otras culturas, que tienen fácil acceso a internet y conocen muy bien las redes sociales. Estos viajeros buscan experiencias más auténticas en el destino turístico, captar la esencia del lugar, descubrir los rincones que visitan los residentes locales. En definitiva, son dinámicos y buscadores de emociones, perfil que se aleja del tradicional turista de masas.

Son viajeros con un rango de edad comprendido entre los 17 y 38 años, no habiendo distinción alguna de género.

Su motivación principal es viajar a precios económicos, esencialmente viajes cortos -inclinación que coincide con la actual tendencia de distribuir las vacaciones en varias partes del año- pero sobre todo, es un viajero que aprecia la cultura y costumbres foráneas, de otras regiones y que en algunos casos, adopta esas formas de vida mientras reside con los anfitriones.

En cuanto a su nivel cultural, se aprecia que la mayoría tiene un nivel intermedio-alto, pues ya conoce las nuevas tecnologías y sabe usarlas con precisión. Generalmente hacen uso de este tipo de turismo los estudiantes como grupo mayoritario, entre otros grupos de igual o menor poder adquisitivo.

De hecho, este turista “low cost” es el que más está creciendo actualmente según un informe de Exceltur. Esto se traduce en un aumento de utilización de compañías de vuelo de bajo coste, alojamiento en vivienda no reglada y transporte local o intercomarcal usando plataformas p2p. Todo ello da lugar a un menor consumo en el destino por parte de los turistas.

El gasto medio diario es menor que el tradicional turista de masas pues, suponiendo que se aloja en viviendas particulares y dispone de una cocina, el gasto en restauración se reduce notablemente, siendo este descenso más acusado en caso de que sea una familia la que hace uso de la vivienda.

La misma teoría se puede aplicar en el medio de transporte usado: este tipo de turista realiza traslados compartidos para evitar los gastos que origina el coche y su consecuente quebradero de cabeza para encontrar aparcamiento en una zona muy habitada o, simplemente, para no hacer el viaje solo.

La fidelidad al destino no es muy alta pues procuran conocer el máximo número de destinos diferentes, viajando casi siempre a lugares nuevos para ellos. En cambio la fidelidad a la economía colaborativa es muy elevada.

La idea de que los jóvenes son el colectivo que más se decanta por la opción del turismo colaborativo viene de la mano de algunos estudios realizados por reconocidas empresas. Un ejemplo de este hecho queda reflejado en los resultados de un estudio llevado a cabo por la firma KPMG, basado en una

encuesta a 200 directivos del sector del automóvil en todo el mundo: *Global Automotive Executive Survey 2015*. [23]

El resultado más llamativo de esta encuesta ha sido que la mayoría de los jóvenes nacidos entre 1980 y 2000 (la Generación Y) apenas están interesados en tener bienes de su propiedad como casas y coches.

En esta línea se ha realizado otro estudio por Scratch, una consultora dedicada a estudiar los hábitos de consumo y estilo de vida de los Millenials o Generación Y. El estudio se denomina *The Millennial Disruption Index* y el resultado que más destaca es que el 53% piensa que su banco no le ofrece nada especial, con lo cual no hacen mucho uso de ellos. [24]

CAPÍTULO 6 ANÁLISIS EMPÍRICO: EMPRESAS ENMARCADAS EN EL TURISMO P2P

En este epígrafe se recogen una serie de plataformas online que facilitan el turismo P2P o intercambio de servicios entre particulares. Para ello, ha sido necesario realizar una búsqueda exhaustiva a través de internet y también se ha recogido información de algunos libros de texto. Los portales mostrados a continuación son los más conocidos y utilizados en la actualidad, sin olvidar que existen otros muchos que desempeñan la misma función.

En los siguientes subepígrafes se clasifican las plataformas según el sector turístico al que pertenecen, dando lugar a la siguiente categorización:

6.1. ALOJAMIENTO

Dentro de la definición de turismo P2P o colaborativo podemos diferenciar el sector del hospedaje. Por alojamiento P2P entendemos el intercambio de viviendas o habitaciones de éstas, llevado a cabo entre usuarios a través de plataformas digitales. A veces se hace a cambio de una compensación monetaria, otras veces por intercambio de noches y otras webs dan opción a acumular puntos que luego serán canjeadas por noches.

En Internet podemos encontrar múltiples portales para alquilar una estancia por un período corto de tiempo, generalmente no superior a una semana. No necesariamente implica que el alojamiento sea un apartamento o casa, también se ofertan lugares insólitos como yates, castillos, fortalezas, cuevas, casas en árboles, islas privadas para eventos especiales y otros extraños lugares donde poder pasar la noche, asearse y cocinar. [15]

También se puede elegir entre alquilar una habitación privada, una compartida, o la propiedad entera, variando el precio según la elección. Este aspecto es el que mayor problema presenta a la hora de regular este tipo de actividad.

A continuación se muestran algunos ejemplos de plataformas de turismo P2P dedicadas a proveer de alojamiento:

En primer lugar, destaca el caso de **Airbnb** pues es la plataforma que, tan sólo llevando 5 años en el mercado, ha crecido más rápidamente recibiendo hasta un millón de transacciones en los meses de mayor movimiento turístico, y todo esto sin hacer grandes inversiones en marketing o desarrollo del producto. [18]

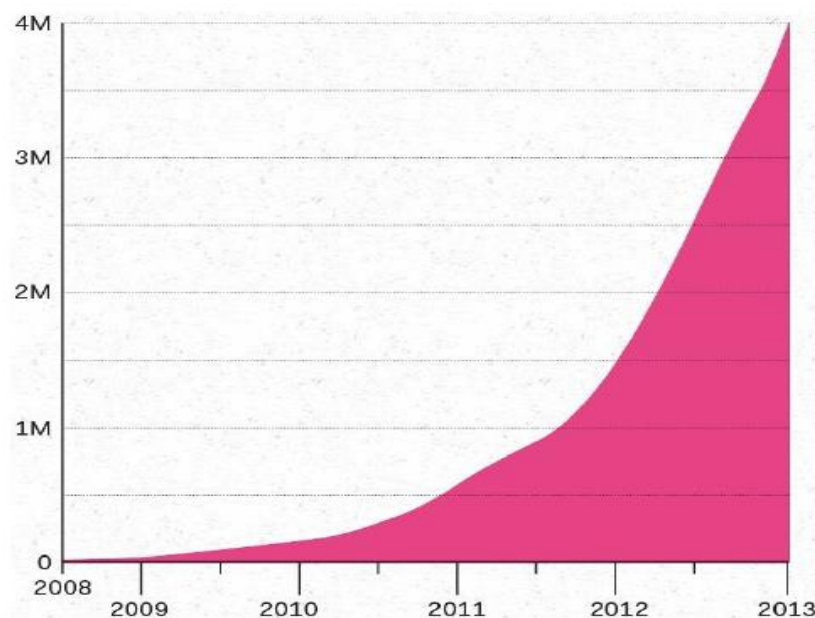
Es una plataforma de alojamiento colaborativo con el objetivo de poner en contacto propietarios con viviendas que no usan y turistas que quieren viajar al destino donde yace el alojamiento. Deben ser propiedad de particulares y no de

agencias u otras formas de negocio. Este portal ofrece los servicios mínimos para garantizar la calidad, pues el “sistema de calificación por comentarios” antes mencionado, hace que usuarios y propietarios tengan una buena conducta para obtener así una calificación beneficiosa: los propietarios proporcionando limpieza, amabilidad y presentando fotos que se asemejen a la realidad lo máximo posible y los usuarios por su parte, respetando las normas básicas de la casa y dejando todo en orden al marcharse.

Es tal el volumen económico que ostenta que, a pesar de haber sido sancionada con multas de elevada cuantía en numerosas zonas del mundo, esta plataforma sigue ejerciendo su actividad (Actualmente está valorada en 7.200 millones de euros). En Barcelona por ejemplo, fue multada con 30.000 € por considerarse una actividad ilegal el alquiler de habitaciones individuales. Dicha multa iba acompañada de la advertencia de inhabilitar el acceso a su página web dentro del territorio catalán. [27]

Como podemos observar en la figura 6, es notorio el crecimiento que ha tenido Airbnb en los últimos 5 años. Desde que comenzó en 2008 ha incrementado los viajeros alojados en viviendas anunciadas en su web en 4 millones de turistas. El principal incremento se ha dado desde el año 2012 hacia delante.

Figura 6. Crecimiento de viajeros a través de Airbnb (2008-2013)



Fuente: Airbnb

Son muchas las sombras que planean sobre la web, entre las que se incluye la duda de que sea una red P2P pues, alquilar un apartamento no es compartir. Según una noticia publicada en el Periódico online Diagonal el día 27 de noviembre de 2014 “Airbnb es una economía de alquiler y, por tanto, debería ser regulada como tal”, con la consiguiente acusación de competencia desleal. [59]

Por otro lado, hay expertos en la materia que aseguran que es una actividad que viene a complementar al negocio tradicional y que no compite necesariamente con los alojamientos hoteleros.

A pesar de los hechos acontecidos, esta plataforma virtual ha sido una de las pioneras al intentar ceñirse a la ley de los estados en los que opera. Un claro ejemplo de ello son los Estados Unidos: San Francisco, Portland, Washington D.C y Chicago son algunos de los lugares donde la plataforma digital ya ha empezado a recaudar la tasa turística. [58]

Airbnb cuenta también con un servicio de atención al cliente que procura una garantía adicional cuando las condiciones pactadas en el intercambio no se cumplen por alguna de las partes. Su página web es <https://www.airbnb.es/>.

Con motivo de este revolucionario fenómeno han ido apareciendo otras empresas similares como *Wimdu*, la cual si ha lanzado una fuerte campaña de marketing por televisión y otros medios, y *9Flats*, menos conocida pero que también tiene su cuota de mercado.

Wimdu sí que cuenta con un sistema de calidad basado en la triple comprobación: revisión de la vivienda antes del servicio, comprobación de calidad y revisión una vez satisfecho el mismo. Es por eso que los precios de esta web son un poco más altos que en otros portales, pero a cambio el usuario tiene seguridad que encontrará el apartamento en perfectas condiciones. La URL de acceso web <http://www.wimdu.es/>.

Como curiosidad puedo añadir que esta página está ofertando becas de 1.000€ en diferentes zonas del mundo para captar o formar personas que tengan las habilidades fundamentales necesarias para concebir una exitosa campaña de marketing. Esta cuantía se ingresará al ganador con el objeto de apoyarlo económicamente en la continuación de sus estudios.

Alterkeys es una empresa española que trata de diferenciarse de sus competidoras ofreciendo solo viviendas completas, no habitaciones. Esta empresa paga a los propietarios siempre a través de cuentas bancarias para que, según su fundador Chema González, “en el caso de que Hacienda solicite esos datos fiscales podamos ofrecerlos”. Su forma de capturar valor es cobrando una comisión solo a los propietarios. A éstos les ofrece una garantía para desperfectos y robos y cuenta con un seguro de la compañía Zurich. <http://es.alterkeys.com/>

Couchsurfing es una plataforma donde usuarios de todo el mundo comparten su propia casa con otros viajeros sin existir intercambio de dinero. Página de acceso online <https://www.couchsurfing.com/>.

Homeaway es otra de estas empresas dedicada al arrendamiento de casas o apartamentos vacacionales. A ésta pertenece *TopRural* dedicada exclusivamente a alquilar casas rurales. Las URL de estos portales son <http://www.homeaway.es/> y www.toprural.com respectivamente. Recientemente esta plataforma ha estado haciendo negociaciones con Kayak y como resultado los alojamientos ofertados en Homeaway ya pueden ser encontrados a través del metabuscador.

Homelidays también opera en este sector y se diferencia de las otras en su modo de capturar valor, es decir, en la forma de obtener ingresos. Esta plataforma cobra una cierta cantidad de dinero mensualmente a los propietarios, quedando los visitantes o turistas libres de cualquier comisión por la transacción. Su página web es <http://www.homelidays.es/>.

Knok: intercambio de casas para familias. Hay que registrar una vivienda obligatoriamente para hacer un intercambio. Este portal cobra una pequeña cuota anual. <http://www.knok.com/es>

CosmopolitanHome o **Nightswapping** es una web francesa de intercambio de noches de alojamiento entre particulares sin compensación monetaria. Esta web (portal) aplica un sistema parecido a los puntos con el que los usuarios acumulan noches de alojamiento, las cuales también pueden ser adquiridas a través de la plataforma a un precio más económico que a través de Airbnb. Su web es <https://es.cosmopolithome.com/>.

Click&Flat está dedicada al arrendamiento de pisos para alojamiento corporativo, es decir, apartamentos para ejecutivos y altos cargos de una empresa. Surge como sustituto del hotel y aunque es un poco más caro que las otras modalidades, en su conjunto es más económico que un hotel de ciudad e incluye prestaciones similares como servicio de limpieza, parking, cuna, etc. Esta empresa sólo funciona en Barcelona. Su web es <http://es.clickandflat.com/>.

Las descritas arriba sólo son unas pocas elegidas de entre las muchas que actualmente operan en red. El éxito de estas empresas radica en que puedes encontrar alojamiento en cualquier parte del mundo: más de 34.000 ciudades en 192 países diferentes participan en este gran intercambio “de igual a igual”, dato que se puede encontrar en un artículo publicado en el diario El Mundo el 12 de Enero de 2015. [60]

Recientemente el director de la zona sur de Expedia ha expuesto que su estrategia para combatir la competencia del turismo colaborativo se va a basar en el lanzamiento de un portal donde alquilar apartamentos, en la línea de *Be Mate*. Según las declaraciones hechas en el *II Encuentro Turístico de la Costa del Sol* el pasado 28 de Abril celebrado en Benalmádena, Santiago San Francisco reconoció que “hay que cambiar de mentalidad para aprovechar la tecnología a favor de la sociedad” y dejó claro que su posición sigue las pautas del conocido refrán “si no puedes con el enemigo, únete a él”.

Otra forma alternativa de alojamiento se encuentra en plataformas del tipo de “Housesitters”, que significa en español “cuidador de casas”. Esta forma de

viajar no es muy conocida aún, al menos no tan conocida como las anteriores plataformas de intercambio de casas y está desarrollada tan sólo en países de USA y algunos europeos.

Lo que ofrecen este tipo de plataformas son viviendas, en la mayoría de casos mansiones o casas lujosas, que necesitan alguien que las cuide durante un tiempo predeterminado por el propietario, a cambio de alojamiento y manutención para el cuidador.

Es una forma muy interesante de viajar desde otro punto de vista. Imagina que tienes que cuidar de una mansión con piscina y que ese va a ser tu trabajo durante el verano. Es una opción muy atractiva para pasar las vacaciones sin gastar apenas dinero.

Algunas de las plataformas que ofrecen este servicio son *Mind My House*, *Trusted House Sitters* o *LuxuryHouseSitters*.

6.1.1. Caso Room Mate Hotels

El director de esta cadena hotelera, tuvo un acierto al ser uno de los pocos que no se opuso a este nuevo fenómeno si no que intentó “copiar y mejorar el nuevo modelo P2P” según palabras de su presidente Kike Sarasola, creando un producto innovador en el sector de alojamiento turístico llamado “BeMate”.

Lo que ofrece BeMate son apartamentos revisados por un equipo de limpieza y mantenimiento de la misma cadena que comprueba la calidad de la vivienda. Del mismo modo, entrega servicios opcionales como catering o servicio de lavandería, algo que las otras plataformas P2P no proporcionan. Es un nuevo concepto acuñado por esta compañía: la vivienda turística con servicios de hotel. BeMate sigue en la línea de RoomMate en cuanto a diseño y cercanía al centro se refiere.

De esta manera la cadena gestionada por Sarasola se asegura que tiene ambos segmentos de mercado cubiertos, ofreciendo en cada uno los servicios específicos demandados por los usuarios.

En cuanto a la polémica generada por la regulación de este negocio, el presidente de la cadena asegura que es necesaria una legislación que la regularice para establecer unos estándares mínimos de calidad en las viviendas, pero sin establecer trabas al normal desarrollo de la actividad, como ha sucedido en varias comunidades españolas.

En la actualidad, BeMate cuenta con la colaboración de una de las marcas del turoperador internacional *TUI Travel* especializada en hacer tours y actividades en el destino. De esta manera, la cadena consigue una mayor diferenciación prestando servicios que harán más amena la estancia del turista: entradas para espectáculos, musicales, eventos deportivos, conciertos, obras de teatro, excursiones de cualquier tipo, traslados, etc. [35]

Otro de los acontecimientos importantes que ha tenido lugar este pasado trimestre ha sido la compra de la compañía Española *Alterkeys*, de la cual hemos

hablado anteriormente. Su objetivo es expandir su oferta p2p para llegar al mayor número de lugares posible. El motivo por el que se ha decantado por esta plataforma es porque posee un amplio mercado en Gran Bretaña lo cual le ayudará a impulsar su negocio p2p. [33]

Figura 7. Kike Sarasola presentando su producto P2P



Fuente: Hosteltur

Su previsión para el futuro es traspasar las fronteras españolas e instalarse con este nuevo modelo al otro lado del charco, en ciudades de Latino América y Estados Unidos. También pretende inaugurar 50 apartamentos este año. [29]

Sin duda la mente disruptiva y creativa de Kike Sarasola no cesa de idear nuevas formas de satisfacer las cambiantes necesidades de los usuarios de la nueva era digital.

6.2. TRANSPORTE

En cuanto a **transporte** se refiere, hay varias compañías que han adoptado este modelo de negocio:

BlaBlaCar es una red social que relaciona conductores con plazas libres y pasajeros que quieren hacer el mismo viaje. Trabaja a nivel nacional conectando ciudades dentro de diferentes países. Es la plataforma más importante en cuanto a pasajeros transportados y una de las que más crece.

Esta plataforma se describe en su web como “la mayor red social de viajes compartidos en Europa” con una ocupación media por cada coche de 2,8 personas, más de 3.000 millones de kilómetros compartidos por su comunidad que han permitido un ahorro estimado de 255 millones de euros a sus usuarios y 700.000 toneladas de CO₂ no emitidas a la atmósfera. [19]

El funcionamiento de estas web p2p suele ser el mismo en casi todos los casos: los conductores publican el trayecto que van a realizar con el coche y los asientos libres de los que dispone para el viaje con la idea de que otros viajeros que quieren hacer el mismo viaje, se inscriban en la plataforma y reserven los asientos.

Los gastos del viaje (combustible, posibles peajes o cualquier otro) son compartidos entre los ocupantes del vehículo no existiendo ningún beneficio económico extra para el conductor. Aunque está claro que el trayecto le puede salir gratis al propietario del vehículo si se ocupan todas las plazas disponibles en el automóvil.

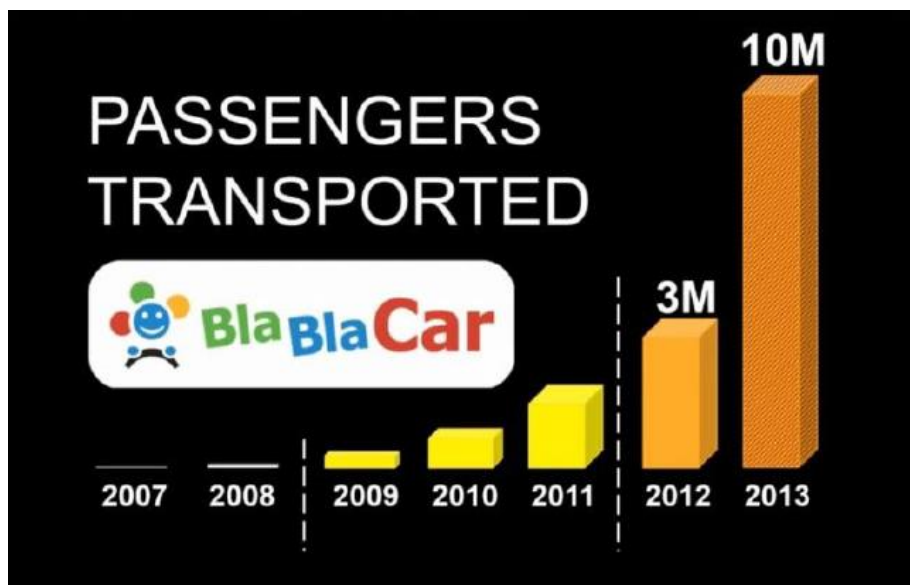
La cantidad a cobrar recomendada por trayecto es calculada por la misma plataforma en base a la distancia del destino. El conductor puede, o cobrar la cantidad recomendada, o aumentar unos cuantos euros por persona.

En cuanto a la forma de pago, hasta hace dos años, en España se pagaba en metálico al conductor al llegar al destino pero, recientemente, se ha implementado una forma de pago online que se realiza por adelantado a través de la plataforma. Así los conductores se aseguran los asientos reservados.

Hay dos formas de aceptar una reserva de asientos por parte del conductor: aceptación automática, donde a los pasajeros se les facilitan los datos de contacto del conductor en el momento de la reserva, y aceptación manual, donde el conductor dispone de un tiempo variable de 3 a 12 horas, para aceptar o rechazar la reserva.

La figura 7 muestra la evolución del total de pasajeros transportados cada año a través de BlaBlaCar. Al igual que en el caso de Airbnb, estamos ante una línea de crecimiento exponencial: sólo en 2013 se transportaron más 10 millones de viajeros, más del triple que el año anterior.

Figura 7. Pasajeros transportados por BlaBlaCar (2007-2013)



Fuente: BlaBlacar – Leweb London.

Amovens es su máxima competencia y está especializado en realizar viajes cuando hay eventos o festivales.

Carpling es una plataforma online indicada para compartir coche, taxi, tren e incluso parking. Es una red muy completa donde puedes encontrar un abanico de posibilidades para ahorrar dinero en transporte.

Por su parte, la plataforma alemana *Carpooling* ya tiene convenios con empresas de transporte público en esta ciudad para vender billetes de tren y autobús, al mismo tiempo que ofertan plazas libres de los coches suscritos en la plataforma. Es decir, en lugar de optar por competir entre ellos, han decidido unir fuerzas y compartir las ganancias del sector.

En la plataforma *SocialCar* los propietarios alquilan sus propios vehículos, respaldados por un seguro universal, a otros particulares.

Uber es la competencia directa de los taxis en Barcelona. Su funcionamiento consiste en poner en contacto a particulares con coches que no usan con asiduidad y a usuarios que necesitan ser transportados. La plataforma indica la ubicación del usuario y el conductor más cercano al que debe llamar, así como una ruta sugerida por GPS. La empresa tiene dos formas de controlar/asegurar las transacciones: por un lado comprueba que los conductores no tengan antecedentes de ningún tipo, que conocen la ciudad e incluso les realizan pruebas de estrés, presión y antidoping. Por la parte de los usuarios, es necesario que cuenten con un Smartphone donde bajarse la app y una tarjeta de crédito para hacer efectivo el pago.

Por lo general los autocares son relativamente nuevos, con las prestaciones propias de un coche moderno y a veces hasta ofrecen una botella de agua al usuario.

Bicing es una plataforma de préstamo de bicicletas urbanas que opera en Barcelona desde el año 2007. Estas bicicletas son alquiladas a usuarios que no las usan y puestas a disposición de los usuarios ciclistas que buscan un medio de transporte cómodo y libre de humos. Los usuarios deben pagar una cuota mensual y pueden alquilar las bicicletas las veces que quieran durante ese año.

Para terminar este apartado, solo indicar que también existen plataformas online que facilitan el acceso a intercambio de billetes de tren, avión, intercambio de caravanas, de barcos e incluso de terrenos donde acampar. Muchas de ellas se muestran en la Tabla 4.

6.3. OTRAS

Aunque el sector de restauración está menos desarrollado, también aparecen plataformas de turismo P2P como *MeetMeals*, la cual conecta a chefs amateurs y profesionales con personas que buscan nuevas experiencias para celebrar encuentros gastronómicos sociales en cualquier lugar del mundo.

En esta línea opera también *Looqueo* que pone en contacto a cocineros que cuelgan online los platos que van a cocinar con gente que quiere cenar fuera; o *Compartoplate*, que permite compartir la comida casera que no vas a gastar con tus vecinos, evitando así desperdiciarla.

Eatwith brinda la posibilidad al usuario o comensal de comer en casa de un cocinero local al que le gusta cocinar y recibir visita. En la página web, se puede reservar la comida que esté ofertada, o bien publicar un anuncio con lo que estás buscando. El turista disfrutará una experiencia auténtica ya que probará la comida casera y cenará/almorzará con personas locales, empapándose así de la esencia del lugar.

En cuanto al ocio y actividades turísticas existen también algunas redes como *Sherpandipity*, *Triperone* o *Vayable* que ponen en contacto a viajeros con usuarios residentes proponiéndoles planes para disfrutar en los destinos de una manera diferente, desde la perspectiva de los usuarios locales que son los que mejor conocen la oferta regional.

Tabla 4. Plataformas de Turismo P2P

Plataforma/ Empresa	Objetivo	Características diferenciadoras	URL de la Web
Alojamiento			
Airbnb	Intermediar entre propietarios e inquilinos	Cobra comisión a ambas partes por cada transacción efectiva	www.airbnb.es
Wimdu	Intermediar entre propietarios e inquilinos	Sistema de triple comprobación de calidad	www.wimdu.es
Alterkeys	Diferenciarse de las demás y acercarse en la medida de lo posible a la normativa reguladora	Cobra comisión solo a los propietarios. Solo oferta viviendas enteras	es.alterkeys.com
9flats	Intermediar entre propietarios y usuarios		www.9flats.com/es
Knok	Facilita el intercambio de casas entre familias	Cobra una pequeña cuota anual	www.knok.com/es
Homelidays	Intermediar entre propietarios y usuarios	Cobra una cierta cantidad de dinero mensualmente a los propietarios	www.homelidays.es
Homeaway	Intermediar entre propietarios y usuarios	Cobra una cierta cantidad de dinero mensualmente a los propietarios	www.homeaways.es
Toprural	Intercambio exclusivo de casas rurales	Cobra una cierta cantidad de dinero mensualmente a los propietarios	www.toprural.com
Couchsurfing	Intercambio de casas	No hay retribución monetaria	www.couchsurfing.com
Cosmopolitan Home	Intercambio de noches de alojamiento	Sistema de acumulación de puntos canjeables por noches de alojamiento	www.cosmopolithome.es
Click&Flat	Arrendamiento de pisos para alojamiento corporativo	Servicios adicionales como parking, limpieza...	http://es.clickandflat.com
Gamping	Intermediar entre propietarios y usuarios	Intercambio de zonas donde acampar	www.gamping.es
Erasmus	Intermediar entre estudiantes	Intercambio de pisos y hab. de Erasmus	www.eurasmus.com
BeMate	Intermediar entre propietarios e inquilinos	Vivienda con servicios de hotel	www.bemate.com
Mind My House	Intermediar entre propietarios y cuidadores	Cuidar de una casa a cambio de alojamiento	www.mindmyhouse.com
TrustedHouseSitters	Intermediar entre propietarios y cuidadores	Cuidar de una casa a cambio de alojamiento	www.trustedhousesitters.com

LuxuryHouseSitting	Intermediar entre propietarios y cuidadores	Cuidar de lujosas viviendas a cambio de alojamiento	www.luxuryhousesitting.com
Transporte			
Blablacar	Intermediar entre conductores con plazas libres y pasajeros	Cobra comisión a ambas partes por cada transacción efectiva	www.blablacar.es
Amovens	Intermediar entre conductores con plazas libres y pasajeros	Organizan transportes para festivales y eventos, no cobra comisión alguna	www.amovens.es
Uber	Intermediar entre conductores con plazas libres y pasajeros	Operan a nivel local, como los taxis	www.uber.com/es
Carpling	Intermediario	Puedes intercambiar parking, coche, tren, bici, etc.	www.carpling.com/es
Social Car	Intermediar entre propietarios y usuarios	Alquila coches particulares	www.socialcar.com
Mokmokcars	Intermediar entre conductores con plazas libres y pasajeros	Trayectos diarios urbanos	www.mokmokcars.com
Shareling	Intermediar entre conductores con plazas libres y pasajeros		www.shareling.es
Carpooling	Intermediar entre conductores con plazas libres y pasajeros		www.carpooling.es
FreeCaravan	Intermediar entre propietarios y usuarios	Intercambio o alquiler de caravanas	www.freecaravan.com
Parkinghood	Intermediar entre propietarios y usuarios	Intercambio de plazas de parking	www.parkinghood.com
Trenhub	Intermediar entre propietarios y pasajeros	Intercambio de billetes de tren	www.trenhub.com
ChangeYourFlight	Intermediar entre propietarios y pasajeros	Intercambio de billetes de avion	www.changeyourflight.com
Natural	Intermediar entre propietarios y pasajeros	Intercambio de barcos y navegables	www.natural.es
Bicing	Intermediar entre usuarios y propietarios	Alquiler y préstamos de bicicletas	www.bicing.cat/es
Otras			
Looqueo	Intermediar entre anfitriones, cocineros y comensales	Intercambio de experiencias culinarias	www.looqueo.es
Compartoplato	Intermediar entre cocineros y comensales	Intercambio de porciones de comida	www.compartoplato.es
Eatwith	Intermediar entre chefs y comensales	Intercambio de experiencias culinarias	www.eatwith.com

Sherpandipity	Intercambio entre usuarios locales y viajeros	Intercambio de actividades alternativas	www.sherpandipity.com/es
Vayable	Intermediar entre guías locales y viajeros	Intercambio de experiencias locales	www.vayable.com
Triperone	Intermediar entre anfitriones y viajeros	Intercambio de experiencias locales	www.triperone.com
TicketBis	Intermediar entre particulares y usuarios	Intercambio de billetes para eventos	www.ticketbis.com
Guestinalia	Intermediar entre guías locales y viajeros	Intercambio de rutas únicas en destino	www.guestinalia.com

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 7 TENDENCIAS

Tras el resultado de la investigación y valorando las múltiples opiniones de algunos expertos en la materia, este estudio manifiesta que estamos avanzando hacia un nuevo modelo de negocio. Es una tendencia que por las cifras que se van registrando año tras año, va a tener una notoria importancia en la economía de los años venideros. La prueba es que los gobiernos se esfuerzan en proteger la “economía tradicional” y perciben esta forma de turismo como una amenaza, imponiendo constantes barreras a su desarrollo.

Se estima que dentro de no más de 10 años este fenómeno habrá llegado a todos los sectores de la vida cotidiana pues las generaciones venideras cada vez entienden mejor las tecnologías y consecuentemente tienden a personalizar todos los ámbitos de su vida y, especialmente, a la hora de viajar y hacer turismo.

La revista TIME ya lo incluyó en 2011 como una de las 10 ideas que van a cambiar el mundo.⁸

⁸.http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html

CAPÍTULO 8 CONCLUSIONES

Tras haber concluido la investigación y teniendo en cuenta los objetivos planteados, se exponen las siguientes conclusiones extraídas de la misma.

El turismo P2P es un tema de vital importancia puesto que actúa en un sector que progresa de una forma vertiginosa. Sin duda estas plataformas son un claro ejemplo de resiliencia pues, surgieron a raíz de una situación de crisis y se han convertido en un fenómeno social a nivel mundial.

La explosión de este modelo de negocio colaborativo sin duda tiene su origen en varios factores entre los que priman:

- la búsqueda del ahorro impulsado por la recesión económica que venimos sufriendo desde hace ya casi una década.
- el rápido crecimiento de las nuevas tecnologías y la elevada dependencia del Smartphone, lo cual ha dado a los conjuntos más jóvenes de la población una nueva herramienta para valerse por sí mismos y configurar su manera única de viajar y hacer turismo
- la necesidad de los turistas de ponerse en contacto con experiencias reales que le ayuden a entender el contexto del destino que visitan, desde la perspectiva del residente local.

Al mismo tiempo que se implantaba en nuestras vidas este fenómeno, se han desarrollado una serie de actitudes que son características del turismo p2p, como la confianza en extraños, la generosidad y otros valores humanos que son reconocibles de una sociedad que sin duda está cambiando su mentalidad, evolucionando desde el sistema capitalista e individualista hacia la colaboración e interrelación entre otros individuos de preferencias semejantes.

Destaca y prima en nuestros días el acceso a los bienes frente a la posesión, es decir, es más importante actualmente el acceso compartido a diferentes bienes y servicios sin necesidad de ser comprados. Así se reutilizan los recursos una y otra vez, evitando acumular bienes en desuso y, de paso, satisfacemos una necesidad ajena. Esto se traduce en un uso continuado de los bienes sin necesidad de tener que mantenerlo económicamente para siempre. Una idea que se acerca mucho al trueque.

El principal problema para la realización de este estudio ha sido la falta de fuentes fiables donde consultar datos y cifras, pues al ser un turismo relativamente emergente, los números son casi nulos. Tampoco tenemos estadísticas oficiales al considerarse este modelo de negocio no regulado claramente por las administraciones.

En cuanto a la regulación se refiere, la mayoría de los gobiernos están entendiendo poco a poco que la prohibición no es la solución.

Lo único que se consigue poniendo limitaciones a esta actividad es alejar de la innovación a los territorios afectados, hacer patente la escasa comunicación entre poderes públicos y ciudadanos, los cuales están reclamando nuevas formas de viajar, reducir la oferta de servicios turísticos y, consecuentemente, generar mercados negros que operen ajenos a la ley.

En pocas palabras, cada vez hay más conciencia de la necesidad de regulación de esta actividad económica y cada vez son más los lugares donde han tomado medidas legales. El problema es que a veces las regulaciones son prohibitivas y no facilitan la actividad de estos intermediarios sino que la dificultan. Pero si España quiere ser competitiva respecto a otros destinos, los gobiernos autonómicos deben regular esta materia de manera inteligente, adaptándose a la nueva demanda, de tal forma que no destruya la “esencia” del P2P, de la economía colaborativa entre iguales.

Una pregunta muy interesante para continuar con la investigación sería: Cuando las plataformas de turismo P2P estén reguladas fiscal y legalmente, ¿Qué harán los actores afectados por esta modalidad de turismo? Ya que su única defensa hasta ahora ha sido lanzar un ataque contra la regulación de las mismas.

En conclusión, vivimos tiempos de cambios, estamos en la era digital, nuevas formas de negocio están apareciendo constantemente. Si los actores de la industria turística tradicional no se suben al carro de la tecnología y las nuevas tendencias, se quedarán obsoletos y reducirán su mercado objetivo en favor de negocios más competitivos.

Para seguir progresando, las empresas deben escuchar al cliente e intentar satisfacer sus necesidades pues, como dice el refrán “El cliente manda”.

CAPÍTULO 9 BIBLIOGRAFÍA

DIGITAL

- [1] X Foro Hosteltur (2014). Segunda mesa coloquio "Hoteles vs. Alquileres vacacionales: entre la demanda y la legalidad". Recuperado el 23 de febrero de 2015. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ZPCx4oPzNhs>
- [2] Instituto de Economía Digital. (2015). Entrevista a Luis Tamayo. Recuperado el 25 de Mayo de 2015. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=lnEiw0SeWlo>
- [3] TED Conference Sidney (2010). Rachel Botsman: The case for collaborative consumption. Recuperado el 30 de Mayo de 2015. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=AQa3kUJPEko>
- [4] Instituto de la Sostenibilidad Turística. (2015). Ponencia de Mónica Figuerola "Destino Turístico Sostenible y Economía Colaborativa". Recuperado el 25 de Mayo de 2015. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=1Tg_6AJwN8
- [5] INTURTECH (2015). Debate sobre Alquiler Vacacional. Recuperado el 25 de Mayo de 2015. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=G-VJpVpC3Cg>
- [6] X Foro Hosteltur (2014). Alquiler vacacional entre particulares (p2p), ¿amenaza u oportunidad? Recuperado el 23 de Febrero de 2015. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=P4mITp_dCwU&spfreload=10

LIBROS

- [7] Botsman, R.y Rogers, R. (2010) *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. HarperBusiness. ISBN 978-0061963544
- [8] Cañigueral, A. (2014) *Vivir mejor con menos*. Random House Mondadori. Recuperado de: <http://www.elsalmoncontracorriente.es/?De-la-propiedad-de-las-cosas-al>

ENLACES WEB

- [9] El consumo colaborativo y el turismo. Recuperado en febrero 2015 de: http://industriadereuniones.com/el-consumo-colaborativo-y-el-turismo/#_ftn1

- [10] Airbnb recaudará la tasa turística en Ámsterdam. Recuperado en octubre de 2014 de: http://www.hosteltur.com/188980_airbnb-recaudara-tasa-turistica-amsterdam.html
- [11] ¿Qué opinas sobre la economía colaborativa? Consulta pública de la CNMC. Recuperado en abril de 2015 de la página web: <http://www.consumocolaborativo.com/2014/11/06/que-opinas-sobre-la-economia-colaborativa-consulta-publica-de-la-cnmc/>
- [12] Oliva, R. (2014) Regulación de las empresas de alojamiento turístico en España (II). Recuperado en Enero de 2015 de la página: <http://www.lenguajejuridico.com/regulacion-de-las-empresas-de-alojamiento-turistico-en-espana-ii/>
- [13] El Banco de España da por finalizada la recesión más prolongada en décadas. Recuperado en diciembre de 2014 de: http://economia.elpais.com/economia/2013/10/23/actualidad/1382516269_776781.html
- [14] Salces, D. Airbnb pagará las tasas turísticas en Washington DC y Chicago. Recuperado en marzo de 2015 de la página: <http://www.teknlife.com/noticia/airbnb-pagara-tasas-turisticas-en-washington-d-c-y-chicago/>
- [15] Alterkeys, el Airbnb español que alquila desde faros a cortijos. Recuperado en marzo de 2015 de la página: http://cincodias.com/cincodias/2014/01/31/empresas/1391195257_693551.html
- [16] Descubriendo el Consumo Colaborativo. El turismo P2P. Recuperado en enero de 2015: <http://blogzac.es/consumo-colaborativo-alojamiento-p2p/>
- [17] El alojamiento P2P generó 31.000 M € en 2013. Recuperado en http://www.hosteltur.com/175830_alojamiento-p2p-genero-31000-m-2013.html
- [18] El gigante Airbnb se abre paso en la industria hotelera mundial. Recuperado en abril de 2015: http://www.hosteltur.com/171190_gigante-airbnb-se-abre-paso-industria-hotelera-mundial.html
- [19] Blog de BlaBlaCar. Recuperado en junio de 2015: <https://www.blablacar.es/blog/quienes-somos>
- [20] HomeAway, Inc. Reports First Quarter 2014 Financial Results. Recuperado en noviembre de 2014: <http://investors.homeaway.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=842460>
- [21] El consumo colaborativo: la nueva amenaza del sector turístico. Recuperado en marzo de 2015 de la página web: <http://www.comunicatur.info/es/consumo-colaborativo-la-nueva-amenaza-del-sector-turistico/>

- [22] E-Turista: Evolución del comportamiento del turista en la era digital. Recuperado en abril de 2015: <http://blogs.icemd.com/blog-e-turista-evolucion-del-comportamiento-del-turista-en-la-era-digital/consumo-colaborativo-las-controvertidas-p2p/>
- [23] Global Automotive Executive Survey 2015. Recuperado en junio de 2015: <http://www.kpmg.com/ES/es/ActualidadyNovedades/ArticulosyPublicaciones/Paginas/Global-Automotive-Executive-Survey-2015.aspx>
- [24] Página web de Millennials Disruption. La Generación Y. Recuperado en junio de 2015: <http://www.millennialdisruptionindex.com/>
- [25] El perfil del turista de menor consumo es el que más crece. Recuperado en abril de 2015 de: http://www.hosteltur.com/193080_perfil-turista-menor-consumo-es-crece.html
- [26] Nueve millones de turistas extranjeros eligen alojamiento no hotelero. Recuperado en abril de 2015: http://www.hosteltur.com/164610_nueve-millones-turistas-extranjeros-eligen-alojamiento-no-hotelero.html
- [27] Multazo a Airbnb en Cataluña por comercializar oferta ilegal. Recuperado en mayo de 2015 de: http://www.hosteltur.com/162250_multazo-airbnb-cataluna-comercializar-oferta-ilegal.html
- [28] Estrategias Competitivas en Turismo. Recuperado en abril de 2015: <http://www.scoop.it/t/competitive-tourism>
- [29] Room Mate prevé alcanzar los 50 hoteles y ofrecer apartamentos en 50 ciudades. Recuperado en mayo de 2015: http://www.hosteltur.com/195150_room-mate-preve-alcanzar-50-hoteles-ofrecer-apartamentos-50-ciudades.html
- [30] El Intercambio reta al Turismo. Recuperado en abril de 2015: <http://alternativaseconomicas.coop/>
- [31] Estadísticas oficiales de Tourespaña. Recuperado en mayo de 2015: <http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/fichadecoyuntura/paginas/default.aspx>
- [32] Frontur: Entradas de turistas clasificadas por tipo de alojamiento utilizado. Recuperado en abril de 2015 de la página web: <http://www.iet.tourspain.es/WebPartInformes/paginas/rsvisor.aspx?ruta=%2fFrontur%2fEstructura%2fAnual%2fEntradas+de+turistas+clasificadas+por+tipo+de+alojamiento+utilizado+--+Ref.206&par=1&idioma=es-ES&anio=2014>
- [33] BeMate compra Alterkeys. Recuperado en junio de 2015: http://www.hosteltur.com/193390_be-mate-compra-alterkeys.html
- [34] Si los alojamientos P2P alimentaran la estadística. Recuperado en mayo de 2015: http://www.hosteltur.com/152030_si-alojamientos-p2p-alimentaran-estadistica.html

- [35] TuiTravel proveerá de servicios a BeMate a través de su marca Isango. Recuperado en junio de 2015: http://www.hosteltur.com/185590_tui-travel-ad-proveera-servicios-be-mate-traves-su-marca-isango.html
- [36] Página web ADICAE Andalucía. <http://andalucia.adicae.net/>
- [37] Un estudio de la app *CompartirTrenMesaAVE* ha reconocido que Amovens es la plataforma de transporte más aceptada en precio y tiempo. Recuperado en abril de 2015: <http://www.elreferente.es/autores/belen-de-arcos>
- [38] Boletín Oficial del Estado. <http://www.boe.es/>
- [39] Decreto 34/2003, de 30 de abril, de viviendas vacacionales. Recuperado en mayo de 2015: <http://www.turismoasturias.es/documents/402739/18530abe-e138-4318-9bff-5e0c2e0fd103>
- [40] Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico. Recuperado en mayo de 2015: <http://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/6268/1273567.pdf>
- [41] Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico. Recuperado en mayo de 2015: http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ca-d159-2012.html
- [42] Decreto 91/2009, de 3 de julio, del Consell, por el que se aprueba el reglamento regulador de los bloques y conjuntos de viviendas turísticas de la Comunitat Valenciana. Recuperado en mayo de 2015: http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/tramitacion/empresa_turistica/2009_91.pdf
- [43] Decreto 92/2009, de 3 de julio, del Consell, por el que aprueba el reglamento regulador de las viviendas turísticas. Recuperado mayo 2015: http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/tramitacion/empresa_turistica/2009_92.pdf
- [44] Normativa turística de las Islas Baleares. Recuperado abril 2015: <http://www.caib.es/govern/sac/fitxa.do?lang=es&estua=8&coduo=8&codi=872832>
- [45] Decreto 113/2015, de 22 de mayo, de reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias. Recuperado en mayo de 2015: <http://www.gobiernodecanarias.org/boc/2015/101/001.html>
- [46] El Gobierno de Navarra inspeccionará los alojamientos turísticos que se ofertan sin la correspondiente licencia. Recuperado en junio de 2015: <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/85A95E9B-F16C-4593-9044-6998339BBD4F/287357/turismointrusismoalojamientoonoregistrado1.pdf>

- [47] Decreto Foral 230/2011, de 26 de octubre, por el que se aprueba el reglamento de ordenación de los apartamentos turísticos en la Comunidad Foral de Navarra. Recuperado en mayo de 2015: <http://www.lexnavarra.navarra.es/detalle.asp?r=25034>
- [48] Decreto 80/2015, de 5 de mayo, de viviendas vacacionales. Recuperado en mayo de 2015: <http://www.boa.aragon.es/cgi-bin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=854173085151>
- [49] Decreto 79/2014, de 10 de julio, por el que se regulan los apartamentos turísticos y las viviendas de uso turístico de la Comunidad de Madrid. Recuperado en mayo de 2015: http://www.bocm.es/boletin/CM_Orden_BOCM/2014/07/31/BOCM-20140731-1.PDF
- [50] Ley 16/1987, de 30 de julio, de ordenación de los transportes terrestres. Recuperado en mayo de 2015: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/l16-1987.html
- [51] El derecho de la competencia frente a la economía colaborativa. Recuperado en abril de 2015: <http://www.cehat.com/frontend/cehat/Tourism-Law-Analiza--El-Derecho-De-La-Competencia-Frente-A-La-Economia-Colaborativa-vn6636-vst233>
- [52] Informe de Clima Turístico Empresarial elaborado por Exceltur. Recuperado en mayo de 2015: <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/04/ABR.15.238.pdf>
- [53] Economía colaborativa y nuevos trabajos. Recuperado en febrero de 2015 de: <http://espacio.fundaciontelefonica.com/2015/05/12/economia-colaborativa-y-nuevos-trabajos/>
- [54] Councils threaten home owners with 1 million fine for renting rooms. Recuperado en mayo de 2015: <http://www.smh.com.au/nsw/councils-threaten-home-owners-with-1-million-fine-for-renting-rooms-20140926-10mchq.html>
- [55] Competencia quiere legalizar BlaBlaCar, Uber y Airbnb. Recuperado en junio de 2015: <http://www.libremercado.com/2014-11-08/competencia-quiere-legalizar-blablacar-uber-y-airbnb-1276532855/>
- [56] Uber, BlaBlaCar, Cabify. ¿A qué servicios afecta (y a cuales no) la ley del Gobierno? Recuperado en mayo de 2015: http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-06-12/uber-blablacar-cabify-a-que-servicios-afecta-y-a-cuales-no-la-ley-del-gobierno_145153/
- [57] Berlín prohíbe aplicaciones Uber. Recuperado en mayo de 2015: <http://www.ahoraeconomia.es/berlin-prohibe-aplicaciones-uber/5358>
- [58] Como está regulado Airbnb en las ciudades del mundo. Recuperado en mayo de 2015: http://www.hosteltur.com/110413_como-esta-regulado-airbnb-ciudades-mundo-legislacion.html

- [59] Aribnb: Alquilar no es compartir. Recuperado en abril de 2015: <https://www.diagonalperiodico.net/la-plaza/24836-airbnb-alquilar-no-es-compartir.html>
- [60] Bienvenidos a la era de la economía colaborativa. Recuperado en marzo de 2015: <http://www.elmundo.es/tecnologia/2015/01/11/54acd472ca4741c6298b456a.html>
- [61] HomeAway shares jump-on on Kayak deal. Recuperado en junio de 2015: <http://americasmarkets.usatoday.com/2015/06/01/homeaway-shares-jump-on-on-kayak-deal/>
- [62] Peers petition give sharing economy supporters a voice. Recuperado en mayo de 2015: <http://www.techhive.com/article/2104222/peers-petitions-give-sharing-economy-supporters-a-voice.html>
- [63] <http://docs.cpuc.ca.gov/PublishedDocs/Published/G000/M077/K112/77112285.PDF>
- [64] Uber y BlaBlaCar ilegales. Recuperado en febrero de 2015: <http://www.abc.es/economia/20140610/abci-uber-blablacar-ilegales-201406092059.html>
- [65] ADICAE analiza la aceptación del consumo colaborativo entre los andaluces en un estudio. Recuperado en junio de 2015: <http://www.sharingespana.es/adicae-analiza-la-aceptacion-del-consumo-colaborativo-entre-los-andaluces-en-un-estudio/>
- [66] Empresas de turismo P2P en España crean un lobby. Recuperado en mayo de 2015: http://www.hosteltur.com/187340_empresas-turismo-p2p-espana-crean-lobby.html
- [67] La economía híbrida en el libro “Vivir mejor con menos”. Recuperado en abril de 2015: <http://ecolaborativa.com/2015/02/03/la-economia-hibrida-en-el-libro-vivir-mejor-con-menos/>
- [68] Taxi protests and what it means sharing economy. Recuperado en marzo de 2015 de: http://ec.europa.eu/archives/commission_2010-2014/kroes/en/blog/my-view-todays-taxi-protests-and-what-it-means-sharing-economy.html
- [69] P2P: El problema no es su regulación si no el modelo. Recuperado en abril de 2015: http://www.hosteltur.com/153780_p2p-problema-no-es-su-regulacion-es-modelo.html
- [70] Airbnb crece en Mallorca un 550% en el último año. Recuperado en marzo de 2015: <https://www.airbnb.es/press/news/airbnb-crece-en-mallorca-un-550-en-el-ultimo-ano>
- [71] Viajar ya no es igual. Viajar es BlaBlaCar. Recuperado en marzo de 2015: <https://saratabernero.wordpress.com/2015/01/10/viajar-ya-no-es-igual-viajar-es-blablacar/>

- [72] Los miembros de la comunidad BlaBlaCar confían más entre ellos que en el vecino. Recuperado en febrero de 2015: <http://www.consumocolaborativo.com/2013/01/22/los-miembros-de-la-comunidad-blablacar-confian-mas-entre-ellos-que-en-el-vecino/>
- [73] Encuesta: Qué les gusta a los carpoolers. Destapamos todos los secretos del coche compartido. Recuperado en diciembre de 2014: <http://www.amovens.com/blog/que-les-gusta-a-los-carpoolers-destapamos-todos-los-secretos-del-coche-compartido/>
- [74] Los españoles buscan una comunidad de ahorro compartiendo coche. Recuperado en febrero de 2015: <http://www.europapress.es/sociedad/consumo-00648/noticia-espanoles-buscan-comunidad-ahorro-compartiendo-coche-20130819121238.html>
- [75] Airbnb ya es legal en San Francisco, su ciudad sede. Recuperado en marzo de 2015: http://www.hosteltur.com/177170_airbnb-ya-es-legal-san-francisco-su-ciudad-sede.html
- [76] Airbnb tendrá que recaudar la tasa turística en Francia. Recuperado en marzo de 2015: http://www.hosteltur.com/184880_airbnb-tendra-recaudar-tasa-turistica-francia.html
- [77] Multas de 1 millón en Sidney a los propietarios que alquilen habitaciones en Airbnb. Recuperado en abril de 2015: http://www.hosteltur.com/175320_multas-1-m-sidney-propietarios-alquilen-habitaciones-airbnb.html
- [78] Boletín Oficial de la Junta de Andalucía. Recuperado en mayo de 2015: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2010/90/3>

ESTUDIOS Y REPORTAJES

- [79] Algar, R. (2007) Collaborative Consumption. *Leisure Report*, April, 16-17.
- [80] ADICAE Andalucía (2014) *Análisis Estadístico De La Percepción De Los Consumidores Andaluces Sobre El Consumo Colaborativo*. Recuperado de: <http://www.sharingespana.es/media/encuesta-consumo-colaborativo-adicae-andalucia.pdf>
- [81] Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre “Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI”. Recuperado en marzo de 2015 de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013IE2788&qid=1434197389696&from=ES>
- [82] Navarro, J. (2014) Comparativa de precios y tiempos de transporte terrestre en coche compartido, autobús y tren. *Compartir Tren Mesa AVE*.

Recuperado de: <http://compartirtrenmesaave.com/estudio-precios-tiempos-transporte-terrestre-viajeros.docx>

- [83] ExcelTur (Enero 2015) Informe de Perspectivas turísticas: Valoración empresarial del año 2014 y perspectivas para 2015. Nº 51. Recuperado de: <http://exceltur.org/wp-content/uploads/2015/01/Informe-Perspectivas-N51-Balance-2014-y-perspectivas-2015-Definitivo-Web.pdf>